



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MORINGA OLEÍFERA EN LA PARROQUIA GARCIA MORENO, ZONA DE INTAG CANTÓN COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

AUTOR(A):

VIVIANA PATRICIA GARZÓN TITO

DIRECTOR (A):

IBARRA, Febrero 2017

Resumen Ejecutivo

El presente informe final de trabajo de grado, corresponde a un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de moringa en la Parroquia rural de García Moreno, Cantón Cotacachi; en la presente investigación el punto de partida constituyó el estudio de mercado, cuyo fin fue cuantificar la demanda, oferta y demanda potencial insatisfecha del consumo hojas de moringa oleífera; resultado favorable que en primera instancia viabiliza continuar con el estudio del proyecto; seguidamente se analizó las bases teóricas que contribuyeron a sustentar las variables de investigación; en el estudio técnico se identificó las inversiones fijas, variables, costos de operación y capital de trabajo necesarias para implementar el proyecto; en el estudio y evaluación financiera se estructuró los dos principales estados financieros como es el Balance General y Estado de Resultados, y con los resultados obtenidos se calcula las razones financieras que dan como resultado para el VAN por un valor de 52.177,18 (USD), el TIR en 20,21 %, superior a la tasa mínima aceptable de retorno establecida para el proyecto, el periodo de recuperación está previsto en tres años nueve meses, tiempo menor al horizonte de análisis y la relación beneficio costo en 1,60 dólares, parámetros positivos que determinan la viabilidad financiera del proyecto; en el estudio organizacional se establece la estructura que tendrá la empresa IMBAMORINGA CIA LTDA, la misión, visión, marco legal de constitución, organigrama estructural y funcional, manual de funciones; para finalmente analizar los impactos que generará el proyecto como resultado de su implementación.

Executive Summary

This final grade report corresponds to a feasibility study for the creation of a moringa production and marketing company in the rural parish of García Moreno, Cantón Cotacachi; In the present investigation the starting point was the market study, whose purpose was to quantify the demand, supply and potential unsatisfied demand of the consumption leaves of the oil moringa; Favorable result that in the first instance makes possible to continue with the study of the project; Then the theoretical bases that contributed to support the research variables were analyzed; The technical study identified the fixed investments, variables, operating costs and working capital required to implement the project; In the study and financial evaluation were structured the two main financial statements as the Balance Sheet and Income Statement, and with the results obtained the financial ratios are calculated that give as a result for the NPV for a value of 52,177.18 (USD) , The TIR at 20.21%, higher than the minimum acceptable rate of return established for the project, the recovery period is expected in three years nine months, less time to the analysis horizon and cost benefit ratio at \$ 1.60 , Positive parameters that determine the financial viability of the project; In the organizational study establishes the structure that the company IMBAMORINGA CIA LTDA, the mission, vision, legal framework of constitution, structural and functional organization chart, function manual; To finally analyze the impacts that the project will generate as a result of its implementation.

Declaración

Yo, **Viviana Patricia Garzón Tito**, con cédula de ciudadanía N° 1003007257 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito: ***ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MORINGA OLEÍFERA EN LA PARROQUIA GARCÍA MORENO, ZONA DE INTAG CANTÓN COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA***, es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he realizado la investigación pertinente de lo descrito, así como las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Viviana Patricia Garzón Tito

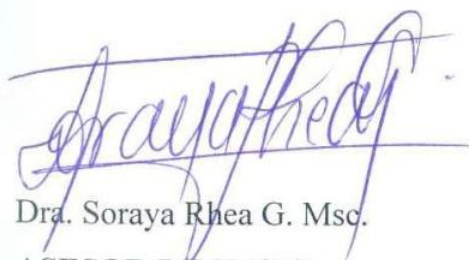
C.C:1003007257

Informe del director del trabajo de grado

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada de la carrera de Contabilidad y Auditoría: **Viviana Patricia Garzón Tito**, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A, cuyo tema es: ***“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MORINGA OLEÍFERA EN LA PARROQUIA GARCÍA MORENO, ZONA DE INTAG CANTÓN COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA”***.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los Días del mes Febrero del 2017



Dra. Soraya Rhea G. Msc.

ASESOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Cesión de derechos de autor del trabajo de grado a favor de la Universidad Técnica del Norte

Yo, **Viviana Patricia Garzón Tito**, con cédula de ciudadanía Nro. 1003007257, manifiesto nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autores del trabajo de grado denominado: ***“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MORINGA OLEÍFERA EN LA PARROQUIA GARCÍA MORENO, ZONA DE INTAG CANTÓN COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA”***. Que ha sido desarrollado para optar por los títulos de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Viviana R.", is written over a dotted line.

(Firma):

Nombre: **Viviana Patricia Garzón Tito**

Cédula: 1003007257.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte

1. - IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte, dentro del Proyecto Repositorio Digital institucional, determino la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad Técnica del Norte.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
Cedulas de Identidad	1003007257		
Apellidos y Nombres	Garzón Tito Viviana Patricia		
Dirección	José Domingo Albuja 2-06		
Email	viviantsag@hotmail.com		
Teléfono Fijo	062 644502	Teléfono Móvil	959899691
DATOS DE LA OBRA			
Título	"Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de moringa oleífera en la parroquia García Moreno, zona de Intag cantón Cotacachi Provincia de Imbabura".		
Autor	Garzón Tito Viviana Patricia		
Fecha: AAMMDD	2017- 02- 09		
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO			
Programa	Pregrado <input checked="" type="checkbox"/>	Pregrado	<input type="checkbox"/>
Título por el que Optan	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría. C.P.A.		
Asesor/Director	Dra. Soraya Rhea G. Msc.		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Viviana Patricia Garzón Tito**, con cédula de ciudadanía Nro. 1003007257, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio digital institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión: En concordancia con la ley de educación superior artículo 144.

3.- CONSTANCIA

Los Autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo; sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original, y que es la autora de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamaciones por parte de terceros.

Ibarra, 09 de febrero de 2017

AUTORA

(Firma).....
Nombre: **Viviana Patricia Garzón Tito**
Cédula: 1003007257.

ACEPTACIÓN

(Firma).....
Nombre: Ing. Betty Chávez
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Dedicatoria

Esta tesis se la dedico a mi Dios, quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar ante todo los obstáculos que se me han presentado, enseñándome a no desfallecer ante cualquier adversidad.

A mi familia, quien por ellos soy lo que soy ya que siempre estuvieron apoyándome con su amor incondicional, sus sabios consejos, comprensión y ayuda en los momentos difíciles, mis padres que siempre me enseñaron a ser lo que soy como persona, mis valores, mis principios mi carácter, mi perseverancia y mi coraje para conseguir siempre mis objetivos.

Muchísimas gracias a todos por acompañarme en este camino.

Agradecimiento

En primer lugar a Dios por permitirme culminar con una etapa más de mi vida, a mis padres porque gracias a su apoyo y comprensión cumplo mis objetivos y los puedo hacer realidad.

A la Universidad Técnica del Norte, prestigiosa Institución de Educación Superior por la oportunidad que nos brindó de superarnos profesionalmente.

A la Dra. Soraya Rhea, al Ing. Edwin Soria, por su desinteresada guía, sus conocimientos y dedicación con los cuales he desarrollado mi tesis con éxito, y con ello obtener una afable titulación profesional.

Gracias también a todos mis amigos y en especial a mi compañera y amiga incondicional que me apoyo y me permitió entrar en su vida para compartir buenos y malos momentos dentro y fuera de un salón de clases: VANESSA HARO

Índice de Contenidos

Resumen Ejecutivo.....	ii
Executive Summary	iii
Declaración.....	iv
Informe del director del trabajo de grado	v
Cesión de derechos de autor del trabajo de grado a favor de la Universidad Técnica del Norte	vi
Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte	vii
Dedicatoria	ix
Agradecimiento	x
Índice de Contenidos	xi
Presentación	xxiv
Justificación.....	xxvii
CAPÍTULO I.....	1
1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1 Antecedentes	1
1.2.1 Objetivos del diagnóstico	3
1.2.2 Objetivos específicos.....	3
1.3 Variables diagnósticas	4
1.4 Indicadores que definen las variables	4
1.4.1 Antecedentes históricos	4
1.4.2 Aspectos demográficos.....	4
1.4.3 Actividades económicas	4
1.4.4 Ubicación geográfica.....	4
1.5 Matriz de relación diagnóstica	5
1.6 Matriz AOOR.....	6
1.7 Desarrollo de variables e indicadores	7
1.7.1 Antecedentes históricos	7

1.7.2	Aspectos demográficos.....	8
□	Población.....	8
□	Autodefinición étnica	10
□	Educación	10
□	Salud.....	13
1.7.3	Actividades económicas	14
□	Trabajo y empleo.....	14
□	Principales productos del territorio	15
1.7.4	Ubicación geográfica.....	19
□	Extensión territorial.....	19
□	Limites.....	19
□	División política	21
1.8	Determinación de la oportunidad de inversión.....	23
CAPÍTULO II		24
2.	MARCO TEÓRICO	24
2.1	Generalidades de la Moringa.....	24
2.1.1	Propiedades de la moringa.....	25
2.1.2	Propiedades de la Moringa	27
2.1.3	Cultivo de la moringa	28
2.2	Empresa	35
2.2.1	Clasificación de las empresas	36
2.2.1.1	Por su naturaleza	36
2.2.1.2	Por el sector al que pertenece	37
2.2.1.3	Por la integración del capital	38
2.3	Mercado.....	39
2.3.1	Investigación del mercado.....	39
2.3.2	Oferta.....	40
2.3.3	Demanda.....	40
2.3.4	Mercadotecnia	41

2.4	Administración	43
2.4.1	Importancia de la administración	44
2.4.2	Etapas del proceso administrativo	44
2.5	La Contabilidad	46
2.5.1	Proceso contable.....	47
2.5.2	Flujo del ciclo o proceso contable	47
2.5.3	Asiento Contable.	49
2.5.4	Jornalización o registro inicial.....	49
2.5.5	Mayorización o Mayor General.....	49
2.5.6	Balance de Comprobación.....	50
2.5.7	Ajustes y reclasificaciones	50
2.6	Los Estados Financieros.....	51
2.6.1	Características Cualitativas de los Estados Financieros	52
2.6.2	Estado de Resultados.....	52
2.6.3	Flujo de Fondos o Flujo de efectivo.	53
2.6.4	Balance General Proyectado.....	53
2.7	Análisis Financiero.....	53
2.7.1	Documentos Básicos para Realizar el Análisis Financiero	54
2.8	Técnicas de evaluación financiera.....	55
2.8.1	Punto de equilibrio	55
2.8.2	Valor actual neto (VAN)	57
2.8.3	Tasa interna de retorno (TIR)	58
2.8.4	Beneficio costo	59
2.8.5	Período de recuperación	60
2.8.6	Costo de capital (Kp).....	60
2.8.7	Tasa de Redescuento (o TMAR)	61
2.9	NIIF'S.....	61
2.10	Ingeniería del proyecto.....	62
2.10.1	Localización	62

2.10.2	Determinación del tamaño óptimo	63
2.10.3	Distribución de la planta.....	63
2.10.4	Proceso de producción.....	64
CAPÍTULO III		65
3.	ESTUDIO DE MERCADO.....	65
3.1	Presentación.....	65
3.2	Objetivos del estudio de mercado.....	66
3.2.1	Objetivo general	66
3.2.2	Objetivos específicos.....	66
3.2.3	Variables del estudio de mercado.....	67
3.2.4	Indicadores de las variables del estudio de mercado	67
3.3	Matriz diagnóstica del estudio de mercado	69
3.4	Segmentación del mercado.....	70
3.4.1	Variables demográficas	70
3.4.2	Variables geográficas	70
3.4.3	Variables socio económicas	70
3.4.4	Variables conductuales.....	71
3.5	Determinación de la muestra	72
3.6	Cálculo de la muestra	73
3.7	Fuentes de información	74
3.7.1	Información primaria.....	74
3.7.1.1	Encuestas.....	75
3.7.1.2	Entrevistas	75
3.7.1.3	Observación directa.....	75
3.7.2	Información secundaria	75
3.8	Evaluación y análisis de la información.....	75
3.9	Análisis de la Demanda.....	87
3.9.1	Demanda potencial	87
3.10	Análisis de la Oferta.....	89

3.11	Balance oferta Demanda de la moringa oleífera	89
3.12	Plan de Comercialización	90
3.12.1	Producto.....	90
3.12.2	Precio de venta	93
3.12.3	Plaza	94
3.12.4	Publicidad y promoción.....	94
3.13	Conclusiones del estudio de mercado.....	96
CAPÍTULO IV		97
4.	ESTUDIO TÉCNICO.....	97
4.1	Presentación.....	97
4.2	Tamaño del proyecto	97
4.2.1	Capacidad Instalada.....	98
4.2.2	Capacidad utilizada	98
4.2.3	Capacidad de reserva.....	99
4.2.4	Tamaño del mercado	99
4.2.5	Capacidad financiera del proyecto	100
4.3	Localización del proyecto	100
4.3.1	Macro Localización	101
4.3.2	Micro Localización.....	103
4.4	Ingeniería del proyecto.....	104
4.4.1	Infraestructura física.....	104
4.4.2	Procesos productivos	107
4.4.3	Componente tecnológico	109
4.4.4	Inversiones	110
4.4.4.1	Inversiones fijas.....	110
a.	Terreno	110
b.	Infraestructura	111
c.	Vehículo	111
d.	Equipos y materiales	112

e. Equipos de cómputo	112
f. Muebles y enseres	113
g. Herramientas y prendas de protección	113
h. Resumen de inversiones fijas	114
4.4.4.2 Inversiones variables	114
a. Materia prima directa	115
b. Materia prima indirecta	115
c. Útiles de oficina.....	116
d. Materiales de limpieza.....	116
e. Servicios básicos	117
f. Gastos de ventas	117
4.4.5 Talento Humano	118
4.4.6 Capital de Trabajo	119
4.4.7 Inversiones diferidas.....	119
4.4.8 Inversión total del proyecto.....	120
4.4.9 Financiamiento del proyecto	120
CAPÍTULO V	121
5 ESTUDIO FINANCIERO.....	121
5.1 Presupuesto de ingresos.....	121
5.2 Presupuesto de egresos.....	123
5.2.1 Costos de producción	124
5.2.1.1 Materia prima	124
5.2.1.2 Mano de obra directa.....	125
5.2.1.3 Costos indirectos de fabricación.....	125
a. Mano de obra indirecta.....	126
b. Servicios básicos	126
c. Materia prima indirecta	127
d. Materiales de limpieza.....	127
e. Útiles de oficina.....	128

f.	Herramientas y prendas de protección	128
g.	Costo de producción	129
5.2.2	Gastos Administrativos	129
5.2.2.1	Depreciaciones	131
5.2.2.2	Amortización de gastos de constitución	132
5.2.3	Gastos de ventas	133
5.2.4	Gastos financieros	134
5.2.5	Resumen de costos y gastos	137
5.3	Balance de situación inicial	137
5.4	Estado de resultados proyectado	138
5.5	Flujo de caja proyectado.....	140
5.6	Determinación del costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio.....	140
5.7	Evaluación financiera.....	142
5.7.1	Valor Actual Neto (VAN)	142
5.7.2	Tasa Interna de Retorno (TIR)	143
5.7.3	Beneficio costo	144
5.7.4	Periodo de recuperación	145
5.7.5	Punto de equilibrio	146
CAPÍTULO VI.....		148
6	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	148
6.1	Nombre de la empresa.....	148
6.1.1	Logotipo de la empresa	148
6.2	Misión de la empresa.....	149
6.3	Visión de la empresa	149
6.4	Principios y valores de la empresa	150
6.4.1	Principios:.....	150
6.4.2	Valores.....	150
6.5	Políticas de la empresa	151
6.5.1	Políticas administrativas.....	151

6.5.2	Políticas de ventas	152
6.6	Organigrama estructural de la empresa	153
6.7	Organigrama funcional.....	155
6.8	Manual de funciones	155
6.8.1	Reglamento interno de trabajo.....	162
6.8.2	Código de ética	162
6.9	Aspectos legales de funcionamiento	162
6.9.1	Registro Único de Contribuyentes (RUC).....	162
6.9.2	Patente Municipal.....	164
6.9.3	Permiso de funcionamiento del Cuerpo de bomberos	165
6.9.4	Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública.....	165
6.9.5	Registro patronal en el sistema laboral del IESS.....	166
6.10	Constitución legal de la empresa.....	167
6.10.1	Tipo de empresa	168
6.10.2	Razón social	168
6.10.3	Domicilio.....	168
6.10.4	Capital social	168
6.10.5	Duración	169
6.10.6	Requisitos de inscripción.....	169
CAPITULO VII.....		171
7.	IMPACTOS DEL PROYECTO	171
7.1	Impacto económico	172
7.2	Impacto social.....	173
7.3	Impacto ambiental	174
7.4	Impacto educativo	176
7.5	Matriz general de impactos del proyecto.....	177
CONCLUSIONES		178
RECOMENDACIONES		179
FUENTES DE INFORMACIÓN		180

ANEXOS.....	183
-------------	-----

Índice de tablas

Tabla 1 Matriz de relación diagnóstica	5
Tabla 2 Matriz AOOR.....	6
Tabla 3 Población parroquial según sexo.....	8
Tabla 4 Grupos de edad por sexo	9
Tabla 5 Auto identificación según sexo	10
Tabla 6 Analfabetismo parroquia García Moreno.....	11
Tabla 7 Personas con educación superior	13
Tabla 8 Distribución y superficie uso actual del suelo.....	16
Tabla 9 hoteles, hostales y hospedajes de la parroquia García Moreno.....	17
Tabla 10 Matriz diagnóstica del estudio de mercado	69
Tabla 11 Distribución zonal del Cantón Cotacachi.....	71
Tabla 12 Segmentación de la población de la Zona de Intag.....	71
Tabla 13 Distribución de la población del Cantón Cotacachi	72
Tabla 14 Distribución aleatoria de la muestra.....	74
Tabla 15 Consumo de suplemento vitamínico	76
Tabla 16 Preferencia de suplementos vitamínicos	77
Tabla 17 Conocimiento de la planta moringa oleífera	78
Tabla 18 Consumo de la planta moringa oleífera	79
Tabla 19 Cantidad de consumo de moringa oleífera (gramos)	80
Tabla 20 Precio de compra del producto de moringa oleífera	81
Tabla 21 Existencia de competencia en la zona de Intag	82
Tabla 22 Características del producto	83
Tabla 23 Presentación del producto de moringa oleífera.....	84
Tabla 24 Medio de comunicación de preferencia	85
Tabla 25 Promociones del producto.....	86
Tabla 26 Población del cantón Cotacachi 2010 - 2016.....	87
Tabla 27 proyección de la población de la zona de Intag	88
Tabla 28 Proyección del número de familias de la zona de Intag.....	88
Tabla 29 Proyección de la Demanda en Kg de moringa oleífera.....	89
Tabla 30 Demanda Insatisfecha en Kg de moringa oleífera	89
Tabla 31 Capacidad Instalada	98

Tabla 32 Capacidad utilizada	99
Tabla 33 Capacidad de reserva.....	99
Tabla 34 Participación en el mercado	100
Tabla 35 Matriz de predominio de factores	103
Tabla 36 Valor del terreno	110
Tabla 37 inversión en infraestructura.....	111
Tabla 38 Inversión del vehículo	111
Tabla 39 Inversión en equipos y materiales	112
Tabla 40 Inversión en equipos de computación	113
Tabla 41 Inversión en muebles y enseres	113
Tabla 42 inversión en herramientas y prendas de protección	114
Tabla 43 resumen de inversiones fijas	114
Tabla 44 Materia prima directa	115
Tabla 45 Materia prima indirecta	115
Tabla 46 Útiles de oficina	116
Tabla 47 Materiales de limpieza	116
Tabla 48 Servicios básicos	117
Tabla 49 Gastos de ventas	117
Tabla 50 Personal requerido para el proyecto	118
Tabla 51 Beneficios sociales de la Mano de Obra	118
Tabla 52 Capital de Trabajo	119
Tabla 53 Inversiones diferidas	119
Tabla 54 Inversión Total del proyecto	120
Tabla 55 Financiamiento del proyecto	120
Tabla 56 Determinación del precio de venta.....	122
Tabla 57 Proyección de precios de venta al público	122
Tabla 58 Parámetros técnicos de producción de materia fresca de moringa	122
Tabla 59 Producción estimada por año	123
Tabla 60 Presupuesto de ingresos	123
Tabla 61 Costo de la materia prima	124
Tabla 62 Costo de mano de Obra anual (USD).....	125
Tabla 63 Proyección del costo de mano de obra directa (USD)	125
Tabla 64 Costo de la mano de obra indirecta (USD)	126
Tabla 65 Proyección del costo de la MOI en (USD).....	126

Tabla 66 Costo de los servicios básicos de producción (USD).....	126
Tabla 67 Materia prima indirecta (USD)	127
Tabla 68 materiales de limpieza para producción (USD)	127
Tabla 69 utilices de oficina del área de producción (USD)	128
Tabla 70 Herramientas y prendas de protección área de producción (USD)	128
Tabla 71 Costo de producción.....	129
Tabla 72 Gasto Remuneración del personal Administrativo	129
Tabla 73 Proyección de los gastos de personal administrativo.....	130
Tabla 74 Gasto materiales de aseo área administrativa proyectado (USD)	130
Tabla 75 Gasto materiales de oficina área administrativa (USD).....	130
Tabla 76 Gasto servicios básicos área administrativa proyectado (USD)	131
Tabla 77 Gasto depreciación de activos fijos (USD)	131
Tabla 78 Amortización gastos de constitución (USD).....	132
Tabla 79 Resumen de gastos administrativos (USD).....	132
Tabla 80 Gasto remuneración personal de ventas (USD)	133
Tabla 81 Gasto remuneración personal de ventas proyectado (USD)	133
Tabla 82 Gastos del área de ventas	134
Tabla 83 Resumen de gastos del área de ventas (USD).....	134
Tabla 84 Tabla de amortización del préstamo	135
Tabla 85 Resumen de gastos financieros	137
Tabla 86 Resumen de Costos y Gastos (USD).....	137
Tabla 87 Balance de situación inicial.....	138
Tabla 88 Estado de Resultados Proyectado (USD).....	139
Tabla 89 Flujo de caja proyectado	140
Tabla 90 Costo del capital	141
Tabla 91 Valor Actual Neto (VAN).....	142
Tabla 92 Tasa Interna de Retorno (TIR)	143
Tabla 93 Relación Beneficio Costo.....	145
Tabla 94 Periodo de recuperación de la inversión	146
Tabla 95 Punto de equilibrio en dólares y unidades.....	147
Tabla 96 Matriz de impactos	171
Tabla 97 Matriz de impacto económico	172
Tabla 98 Matriz de impactos sociales	173
Tabla 99 Matriz de impacto ambiental.....	174

Tabla 100 Matriz de impacto educativo	176
Tabla 101 Matriz general de impactos del proyecto	177

Índice de gráficos

Gráfico 1 Población parroquial según sexo.....	8
Gráfico 2 grupos de edad por sexo.....	9
Gráfico 3 Matricula primero a décimo de educación básica	12
Gráfico 4 Número de matriculados en bachillerato	12
Gráfico 5 Evolución de la PEA por sexos.....	14
Gráfico 6 evolución de la PEA % de participación por sexos	15
Gráfico 7 Clasificación de las empresas	36
Gráfico 8 Consumo de suplementos vitamínicos	76
Gráfico 9 Preferencia de suplementos vitamínicos	77
Gráfico 10 conocimiento de la planta moringa oleífera	78
Gráfico 11 Consumo de la planta moringa oleífera	79
Gráfico 12 Cantidad de consumo de moringa oleífera (gramos)	80
Gráfico 13 Precio de compra del producto de moringa oleífera	81
Gráfico 14 Existencia de competencia en la zona de Intag.....	82
Gráfico 15 características del producto	83
Gráfico 16 Presentación del producto de moringa oleífera.....	84
Gráfico 17 Medio de comunicación de preferencia	85
Gráfico 18 Promociones del producto.....	86
Gráfico 19 Manual de funciones de la Junta General de Accionistas	156
Gráfico 20 Manual de funciones de Gerente General	157
Gráfico 21 manual de funciones Contador (a)	158
Gráfico 22 Manual de funciones del Técnico Agrónomo	159
Gráfico 23 manual de funciones de los jornaleros	160
Gráfico 24 Manual de funciones conductor	161

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Nivel de Educación de la Población de 5 años y más	11
Ilustración 2 Mapa base parroquia García Moreno	21
Ilustración 3 Presentación del producto	92

Ilustración 4 Logotipo del producto	92
Ilustración 5 Canal de distribución directo	94
Ilustración 6 Macro localización de la Parroquia Rural de García Moreno	102
Ilustración 7 Micro Localización del proyecto IMBAMORINGA	104
Ilustración 8 Distribución de la planta de producción.....	106
Ilustración 9 Flujo de proceso productivo.....	109
Ilustración 10 Organigrama estructural de la empresa.....	154
Ilustración 11 Organigrama funcional de la empresa.....	155

Presentación

Llevar una dieta sana a lo largo de la vida ayuda a prevenir la malnutrición en todas sus formas, así como distintas enfermedades no transmisibles y diferentes afecciones. Sin embargo, el aumento de la producción de alimentos procesados, la rápida urbanización y el cambio en los estilos de vida han dado lugar a un cambio en los hábitos alimentarios. Ahora se consumen más alimentos hipercalóricos, más grasas saturadas, más grasas de tipo trans, más azúcares libres y más sal o sodio; además, hay muchas personas que no comen suficientes frutas, verduras y fibra dietética, como por ejemplo cereales integrales. (Organización Mundial de la Salud, 2015)

La composición exacta de una alimentación saludable, equilibrada y variada depende de las necesidades de cada persona (por ejemplo, de su edad, sexo, hábitos de vida, ejercicio físico), el contexto cultural, los alimentos disponibles localmente y los hábitos alimentarios. No obstante, los principios básicos de la alimentación saludable son siempre los mismos. (Organización Mundial de la Salud, 2015)

Por consiguiente, promover un entorno alimentario saludable, que incluya sistemas alimentarios que promuevan una dieta diversificada, equilibrada y sana, requiere la participación de distintos actores y sectores, entre estos el sector público y el sector privado.

En la última década el consumo de suplementos alimenticios ha tenido un notable crecimiento aproximadamente el 33% de la población consume suplementos vitamínicos en el mercado, según datos obtenidos en la OMS

Es por ello que en muchos de los países americanos se ha dedicado al cultivo de plantas medicinales, De acuerdo con los representantes de la FAO en Ecuador, en el país no hay proyectos con moringa al momento. Sin embargo, existen varias iniciativas privadas. Una

de ellas es la plantación en la península de Santa Elena de la empresa Ecuamoringa, dirigida por Fausto Mantilla, quien hace 5 años conoció la especie mientras trabajaba y daba capacitación como técnico pecuario. Descubrió que el suelo ecuatoriano es muy favorable a la producción. “La planta se adapta con facilidad al suelo tropical, árido y semiárido. Es de rápido crecimiento y alta producción, resistente a las enfermedades y a la sequía. Es totalmente comestible, llena de nutrientes”.

Los defensores de la moringa afirman que las hojas, que se consumen frescas o secas, tienen más vitamina A que las zanahorias, más calcio que la leche, más hierro que las espinacas, más vitamina C que las naranjas y más potasio que las bananas.

Pese a la gran variedad de productos que se cultivan; la desnutrición en el Ecuador es de 25.3% de los niños sufren de desnutrición crónica y en Cotacachi el 55% de la población cantonal sufre algún grado de desnutrición. (Plan de Ordenamiento Territorial Cotacachi, 2011 - 2015)

Por esta razón se cree conveniente ofrecer una de las alternativas de inversión como lo es el **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MORINGA OLEÍFERA EN LA PARROQUIA GARCÍA MORENO, ZONA DE INTAG CANTÓN COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA”**. que permita contribuir al desarrollo económico local, generando fuentes de empleo y sobre todo contribuir a la sociedad al contar con un producto de calidad, con nutrientes beneficiosos que aportaran a mejorar la salud y por ende la calidad de vida de las personas.

El trabajo investigativo se divide en siete capítulos debidamente ordenados en forma secuencial:

Capítulo I, se desarrolla el diagnóstico situacional donde se analiza algunas variables referentes a los aspectos social, económico, educativo, vivienda, salud entre otros, consolidando esta información en una matriz de relaciones diagnóstica con la finalidad de determinar el problema diagnóstico y la oportunidad de la inversión.

Capítulo II, se establece la fundamentación teórica en la cual se da a conocer conceptos generales con respecto a la planta moringa oleífera, conceptos de administración, mercadotecnia y técnicas de evaluación financiera.

Capítulo III, continúa con el Estudio de Mercado donde se establece el producto, mercado meta, análisis de oferta y demanda, estrategias de mercado y se establecen conclusiones del estudio.

Capítulo IV, prosigue con el estudio Técnico del proyecto donde se da a conocer la macro y micro localización del proyecto, diseño de instalaciones, maquinaria requerida, fuente de financiamiento y personal requerido para el funcionamiento de la empresa IMBAMORINGA CIA LTDA.

Capítulo V, se realiza el Estudio Financiero con el propósito de determinar la viabilidad financiera del proyecto a través de cálculos de ingresos y egresos, costos de producción, cálculos del VAN, cálculos del TIR, recuperación de la inversión en el tiempo, índice de beneficio costo y se concluye determinando el punto de equilibrio del proyecto.

Capítulo VI, se establece la Estructura Organizativa, consiste en definir como se conformará su estructura, se determina la misión y visión, valores y políticas que legislarán la empresa, además de las funciones que tendrán cada uno de sus trabajadores y empleados.

Capítulo VII, finalmente se concluye con un análisis de los impactos que generara la creación de la empresa de producción y comercialización de moringa oleífera IMBAMORINGA CIA LTDA, conclusiones y recomendaciones del tema.

Justificación

La planta *Moringa oleífera* cultivada en Ecuador tiene las características y potencialidades para ser utilizado como un suplemento medicinal y nutricional. La desnutrición causa una gran cantidad de sufrimiento humano y está asociado a más de la mitad de todas las muertes de niños en todo el mundo. La malnutrición afecta gravemente el desarrollo socioeconómico de una nación, porque una fuerza laboral con capacidades atrofiadas tanto mental como física tiene reducida su capacidad de trabajo, la interacción de la pobreza, la mala salud y la mala nutrición tienen un efecto multiplicador sobre el bienestar general de la población y contribuye significativamente en que la población mantenga la tendencia a la pobreza y la inseguridad nutricional.

Por lo tanto, realizar investigaciones en plantas para producir formulas nutricionales juega un papel importante para que la población pueda obtener una nutrición asequible, accesible y saludable para la elevación del buen vivir de la población, siendo esta la razón para esta investigación.

Objetivo General

“Diseñar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de *moringa oleífera* en la parroquia García Moreno, zona de Intag Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura”.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional que permita determinar la matriz AOOR de la parroquia rural de García Moreno con el fin de establecer las potencialidades y carencias para la implementación del proyecto de producción y comercialización de *moringa oleífera*.

- Establecer la fundamentación teórica y científica que sirva de base para la operatividad y desarrollo del proyecto en todas sus fases, a través de una investigación científica.
- Realizar un estudio de mercado que nos permita cuantificar de manera objetiva proyecciones de la oferta, demanda, demanda insatisfecha, canales de distribución de la planta moringa oleífera.
- Determinar el estudio Técnico sobre la creación de planta productora y comercializadora de suplemento alimenticio a base de moringa oleífera.
- Realizar un estudio de carácter económico financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto mediante la utilización de razones financieras.
- Establecer la estructura organizativa de la empresa con la finalidad de lograr una eficiencia administrativa.
- Establecer técnicamente los principales impactos que genere el proyecto desde el punto de vista, económico, ambiental, social y educativo.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1 Antecedentes

Según (Plan de Ordenamiento Territorial Cotacachi, 2011 - 2015), el nombre Cotacachi tiene muchos significados. En "Cara" significa "el lago con las mujeres hace frente a", qué se refiere a la forma general de los islotes en la Laguna Cuicocha; en Quechua significa la sal de polvo.

Los primeros documentos en los que aparece Cotacachi en las amarillentas páginas de la historia vienen desde la conquista española. Desde 1534, los pueblos indígenas de Cotacachi, como todos los de Imbabura, quedaron bajo el poder esclavizador de Benalcázar, para 1563 se estableció el Corregimiento de Otavalo, siendo Cotacachi parte de él, y a partir de 1576 ya constan los tributos impuestos en Intag, consistentes en oro y algodón; según el escribano Juan Vera de Mendoza. Cotacachi tenía 6 cacicazgos conformados por ayllus, distribuidos a lo largo de lo que ahora es el cantón Cotacachi. (Plan de Ordenamiento Territorial Cotacachi, 2011 - 2015, pág. 1)

El cantón está organizado territorialmente en parroquias y comunidades o comunas y de manera espacial en zonas. Existen 10 parroquias, de las cuales 8 son rurales y 2 son urbanas. Las zonas establecidas y reconocidas son tres: Urbana, Andina e Intag; la zona urbana comprende las parroquias urbanas de San Francisco y El Sagrario, así como el área urbana de la parroquia de Quiroga.

La zona andina comprende las parroquias rurales de Imantag, Quiroga y las comunidades rurales de la cabecera cantonal; la zona de Intag está conformada por las parroquias

rurales de Apuela, Plaza Gutiérrez, Cuellaje, Peñaherrera, Vacas Galindo y García Moreno. (Plan de Ordenamiento Territorial Cotacachi, 2011 - 2015, pág. 2)

La parroquia García Moreno se ubica en la zona de Intag, a 78Km de la capital (Cotacachi) vía Apuela y 106 Km de la capital Provincial (Ibarra) vía Apuela y a 170Km de Quito, Su extensión asciende a 682,4 Km² aproximadamente, constituyéndose en la parroquia de mayor extensión territorial del Cantón. La población de la parroquia García Moreno es de 5060 habitantes de los cuales el 52.87% corresponde a hombres y 47.13% a mujeres. (Plan de Ordenamiento Territorial García Moreno, 2014 - 2019, pág. 1)

La conformación topográfica del territorio es relativamente inclinada, se halla entre los 283 y 3200 msnm. El mayor rango de pendiente está entre el 25 a 50%, correspondiente a 32484,22 has. En general los suelos en García Moreno son de origen volcánico con depósitos limosos y arenosos, rico en materia orgánica con pH levemente ácido, bien drenados y de fertilidad media con retención de humedad de un 20-50%. En las pendientes que abarca la gran mayoría del área, la profundidad de suelo fértil (capa A) es delgada (<30 cm). Por la naturaleza del material de origen, las fuertes pendientes y alta pluviosidad, los suelos son susceptibles a erosión severa cuando se elimina la capa vegetal protectora. (Plan de Ordenamiento Territorial García Moreno, 2014 - 2019, pág. 6)

Según el (Plan de Ordenamiento Territorial García Moreno, 2014 - 2019, pág. 6), el uso actual del suelo está dado principalmente por cultivos y pastoreo con un alto grado de **incompatibilidad entre el uso actual del suelo y su aptitud** o uso potencial. En la mayoría de casos, por la topografía irregular y pendientes fuertes, no es técnicamente recomendable implantar cultivos. Igualmente la ganadería es marginal ya que el suelo tiene una capa fértil delgada y no soporta el pastoreo por muchos años. Entre los elementos típicos del uso actual del suelo están:

- La superficie total de uso agrícola de la parroquia es de 23.839 hectáreas, predominando el área para pastos cultivados con 11,565 has, seguido de arboricultura tropical con 5,305 has. Finalmente, los cultivos de ciclo corto ocupan 6,969 has.
- La superficie de bosques naturales que existen en la parroquia de 38,107 has. Una parte importante de éstos bosques se encuentra dentro de las fincas como reserva de bosques en fincas y asciende a 15,184 has. El resto, 22,923 has corresponde a bosques y vegetación protectora y patrimonio forestal del Estado. Respecto al uso potencial del suelo, se observa que son los bosques los que predominan (color verde) y pastos.

1.2.1 Objetivos del diagnóstico

Realizar un diagnóstico situacional que permita conocer los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de la moringa oleífera.

1.2.2 Objetivos específicos

- Conocer los antecedentes históricos de la parroquia rural de García Moreno, Cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, con el fin de ofertar la producción y comercialización de la planta de moringa oleífera.
- Establecer los aspectos socio demográfico del área de influencia del estudio.
- Indagar las actividades económicas y prestación de servicios existentes en la parroquia donde se realizará el proyecto.
- Identificar la zona geográfica donde se implementara el proyecto productivo.
- Determinar a través de la matriz AOOR la factibilidad de realizar el proyecto de producción y comercialización moringa oleífera.

1.3 Variables diagnósticas

Luego de haber realizado las primeras etapas del diagnóstico, se identifica las siguientes variables que fueron analizadas:

- Antecedentes históricos
- Aspectos demográficos
- Actividades económicas
- Ubicación geográfica

1.4 Indicadores que definen las variables

1.4.1 Antecedentes históricos

- Reseña histórica

1.4.2 Aspectos demográficos

- Población
- Definición étnica
- Salud
- Educación

1.4.3 Actividades económicas

- Trabajo y empleo
- Principales productos del territorio
- Comercialización

1.4.4 Ubicación geográfica

- Extensión territorial
- Límites
- División política

1.5 Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1 *Matriz de relación diagnóstica*

Objetivos	Variables	Indicadores	Tipo de información	Técnica	Fuente de Información
Conocer los antecedentes históricos de la parroquia rural de García Moreno, Cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, con el fin de ofertar la producción y comercialización de la planta de moringa oleífera.	Antecedentes históricos	Reseña Histórica	Secundaria	Documental	Web en línea, GAD de Cotacachi, INEC, PDOT García Moreno 2015
Establecer los aspectos socio demográfico del área de influencia del estudio	Aspectos demográficos	población	Secundaria	Documental	INEC 2010
		Definición étnica			INEC 2010
		Salud			INEC 2010
		Educación			INEC 2010
Indagar las actividades económicas y prestación de servicios existentes en la parroquia donde se realizará el proyecto	Actividades económicas	Trabajo y empleo	Secundaria	Documental	PDOT García Moreno 2015
		Principales productos del territorio			PDOT García Moreno 2015
		Comercialización			PDOT García Moreno 2015
Identificar la zona geográfica donde se implementara el proyecto productivo	Ubicación geográfica	Extensión territorial	Secundaria	Documental	PDOT García Moreno 2015
		Limites			PDOT García Moreno 2015
		División política			PDOT García Moreno 2015

Fuente: Diagnóstico (Macro entorno, Micro entorno), web en línea

Elaborado por: La Autora

1.6 Matriz AOOR

Chininin, (2011) establece que los aliados y oponentes son agentes externos, mientras que las oportunidades y Riesgos son agentes internos que permiten identificar las fortalezas y debilidades que intervienen en el logro parcial o total de los objetivos.

Con estas premisas se procede a la construcción de la matriz AOOR que permita realizar un análisis de los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos del macro y micro entorno de la parroquia rural de García Moreno, con miras a determinar la posibilidad de implementar una empresa productora y comercializadora de la planta moringa oleífera.

Tabla 2 Matriz AOOR

ALIADOS	OPORTUNIDADES
Empresa pionera en producción de moringa en la zona de Intag.	Altos niveles de desnutrición en la población de la provincia de Imbabura
Conocimientos y tecnología para producir y procesar moringa	Ley de soberanía alimentaria por parte del Gobierno
Calidad del producto (cualidades de la planta de moringa)	Expansión del mercado para el producto
Disponibilidad de terreno para la implementación de este tipo de proyectos	Diversificación de productos a base de moringa
Los requerimientos de inversión inicial no requiere de altos presupuestos	Instituciones financieras que brindan oportunidades crediticias de inversión
Vías de acceso de primer orden en su mayoría del trayecto	Posibilidad de alianzas estratégicas con empresas industrializadoras de moringa a nivel nacional
OPONENTES	RIESGOS
Bajo posicionamiento en el mercado por ser una empresa nueva	Inestabilidad política del país
Desarrollo inicial de un mercado pequeño	Inestabilidad económica del país
No cuenta con clientes fidelizados	Rápido crecimiento de la competencia
Producto único no diversificado	Programas sustitutos
Como pioneros susceptible de cometer errores	Migración de la población hacia las ciudades por trabajo o educación

Fuente: Diagnóstico GAD Rural de García Moreno
Elaborado por: La Autora

1.7 Desarrollo de variables e indicadores

1.7.1 Antecedentes históricos

- **Reseña histórica**

Existen varias versiones de acerca de la fundación de la parroquia, pero la que más se acerca a la historia es lo que afirma el (Plan de Ordenamiento Territorial García Moreno, 2014 - 2019), que manifiesta: “el nombre de García Moreno se debe al trabajo de apertura de la vía que llegó a Naranjal de las Golondrinas en el año de 1860 realizado por el entonces Presidente de la República García Moreno en su segundo mandato. Cuentan los moradores que el Presidente en persona visitó estas tierras. De aquella carretera aún se conservan algunos árboles y ciertos tramos remodelados. Los primeros habitantes a García Moreno llegaron en el año de 1928”.

Según (Puentestar, 2011, pág. 26), La primera vez que un hombre caminó por donde hoy es la parroquia García Moreno fue más o menos en 1930, el Sr. Daniel Vallejos fue quien decidió aventurarse solo monte adentro. Aunque existen versiones que señalan que ya García Moreno cruzó por ahí construyendo la carretera que salía a la Costa.

El Sr. Luis Jácome hijo del Sr. Rafael Jácome compadre de Don Daniel Vallejos, comentó que en esa época desde Aguagrú se hacía un día entero hasta García Moreno hoy se hace media hora en vehículo, y que para salir a Otavalo se demoraban una semana, ahora 3 horas. (Puentestar, 2011)

1.7.2 Aspectos demográficos

• Población

Según el CPV 2010 la población de la parroquia García Moreno es de 5060 habitantes de los cuales el 52.87% corresponde a hombres y 47.13% a mujeres, además se observa que el 12.63% de la población del cantón se encuentran en dicha parroquia.

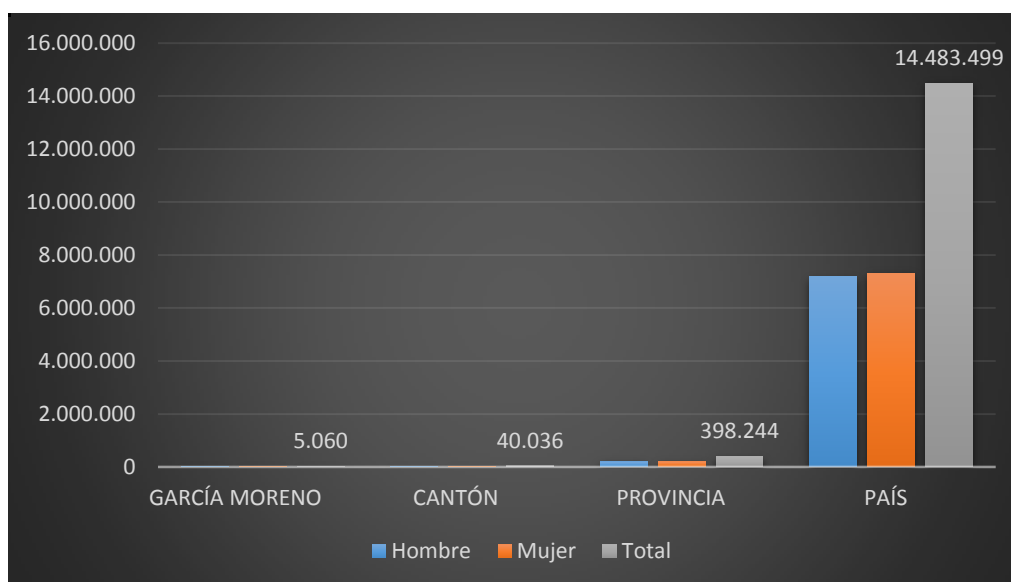
Tabla 3 Población parroquial según sexo

POBLACIÓN DE GARCÍA MORENO SEGÚN SEXO				
ORGANIZACIÓN TERRITORIAL	Hombre	Mujer	Total	% relación
GARCÍA MORENO	2.675	2.385	5.060	
CANTÓN	20.090	19.946	40.036	12,63
PROVINCIA	193.664	204.580	398.244	1,27
PAÍS	7.177.683	7.305.816	14.483.499	0,03

Fuente: INEC, Censo PV. 2010

Elaborado por: La Autora

Gráfico 1 Población parroquial según sexo



Fuente: INEC, Censo PV. 2010

Elaborado por: La Autora

Respecto a la población por grupos de edad, el mayor porcentaje se encuentra en los menores de 11 años con 32,11%, sin embargo la población entre 0 y 28 años se encuentra en el 63.93%.

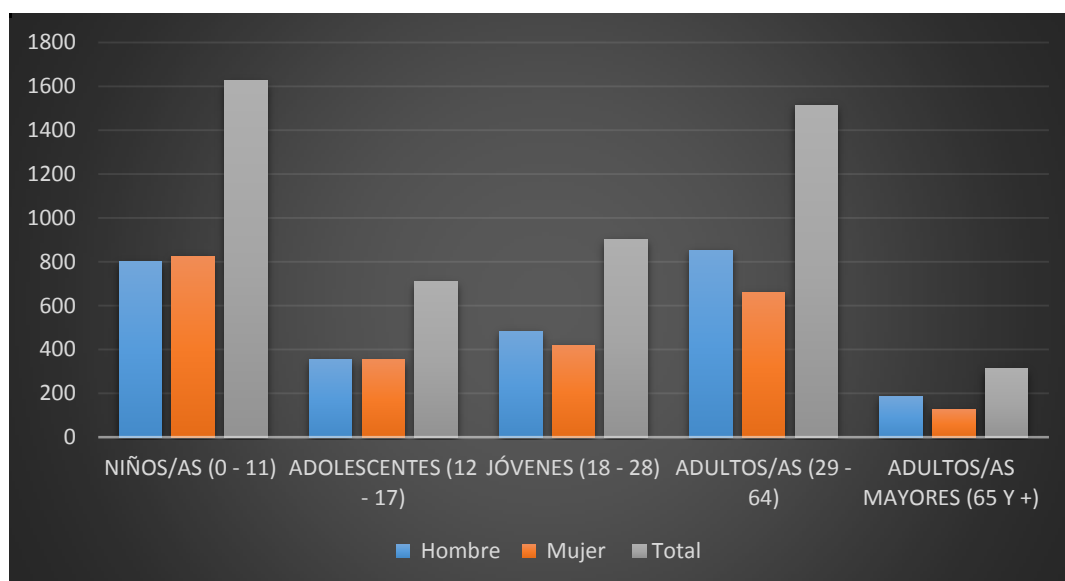
Tabla 4 Grupos de edad por sexo

GRUPOS DE EDAD GARCÍA MORENO SEGÚN SEXO				
GRUPOS DE EDAD / AÑOS	Hombre	Mujer	Total	%
NIÑOS/AS (0 - 11)	799	826	1625	32,11
ADOLESCENTES (12 - 17)	356	352	708	13,99
JÓVENES (18 - 28)	482	420	902	17,83
ADULTOS/AS (29 - 64)	853	660	1513	29,9
ADULTOS/AS MAYORES (65 Y +)	185	127	312	6,17
TOTAL	2675	2385	5060	100

Fuente: INEC, Censo PV. 2010

Elaborado por: La Autora

Gráfico 2 grupos de edad por sexo



Fuente: INEC, Censo PV. 2010

Elaborado por: La Autora

- **Autodefinición étnica**

De acuerdo al CPV 2010, la población en la parroquia, se identifica en mayor porcentaje a la etnia mestiza/o con el 80.24%, la negra/o con 4.45%, y la etnia blanca/o con 4,21%.

Tabla 5 Auto identificación según sexo

AUTO IDENTIFICACIÓN	Sexo	Parroquia	Cantón Rural	Cantón	Provincia	País
Indígena	Hombre	2,65	45,64	39,68	25,55	6,97
	Mujer	2,26	47,96	41,43	25,98	7,09
	Total	2,46	46,80	40,56	25,77	7,03
Afro ecuatoriano/a Afro descendiente	Hombre	1,790	0,660	0,720	3,000	4,280
	Mujer	2,730	0,790	0,830	3,100	4,220
	Total	2,26	0,73	0,78	3,05	4,25
Negro/a	Hombre	5,01	1,23	1,02	1,05	1,1
	Mujer	3,82	0,93	0,75	0,98	0,91
	Total	4,42	1,08	0,89	1,02	1,01
Mulato/a	Hombre	3,78	1,22	1,09	1,34	1,98
	Mujer	3,82	1,16	1,09	1,28	1,9
	Total	3,80	1,19	1,09	1,31	1,94
Montubio/a	Hombre	2,58	0,70	0,58	0,32	7,95
	Mujer	2,52	0,56	0,46	0,28	6,85
	Total	2,55	0,63	0,52	0,30	7,40
Mestizo/a	Hombre	79,7	48,51	54,17	65,83	71,27
	Mujer	80,84	46,73	52,88	65,59	72,57
	Total	80,27	47,62	53,53	65,71	71,92
Blanco/a	Hombre	4,41	1,98	2,56	2,76	6,04
	Mujer	3,98	1,80	2,36	2,66	6,14
	Total	4,20	1,89	2,46	2,71	6,09
Otro/a	Hombre	0,07	0,04	0,17	0,14	0,4
	Mujer	0,04	0,08	0,20	0,12	0,33
	Total	0,06	0,06	0,19	0,13	0,37

Fuente: INEC, Censo PV. 2010

Elaborado por: La Autora

- **Educación**

Según el (INEC, 2010) existe el 11,4% de personas que no saben leer ni escribir de 10 años y más. Lo que es menor al porcentaje del cantón y mayor al provincial y al de país. Se nota además que las mujeres son las más afectadas en el analfabetismo con el 13,3% frente al 9,8% de los hombres.

A pesar de las importantes disminuciones en los diferentes censos, es en el período inter censal 1990-2001 es donde mayor reducción se da con 9,3 puntos porcentuales. Pero para el 2010 crece en 1,5 puntos porcentuales.

Tabla 6 Analfabetismo parroquia García Moreno

Analfabetismo según ceso % 2010			
PARROQUIAS, CANTÓN, PROVINCIA, PAÍS	2010		
	H	M	TOTAL
GARCIA MORENO	9,80	13,30	11,40
TOTAL CANTÓN	15,00	22,30	18,70
TOTAL PROVINCIA	7,60	13,40	10,60
TOTAL PAÍS	5,80	7,70	6,80

Fuente: INEC, Censo PV. 2010

Elaborado por: La Autora

El nivel de instrucción más alto en la parroquia es el primario con 50,56% seguido del nivel educación básica con 27,22%. En los dos niveles de instrucción los hombres son mayoría.

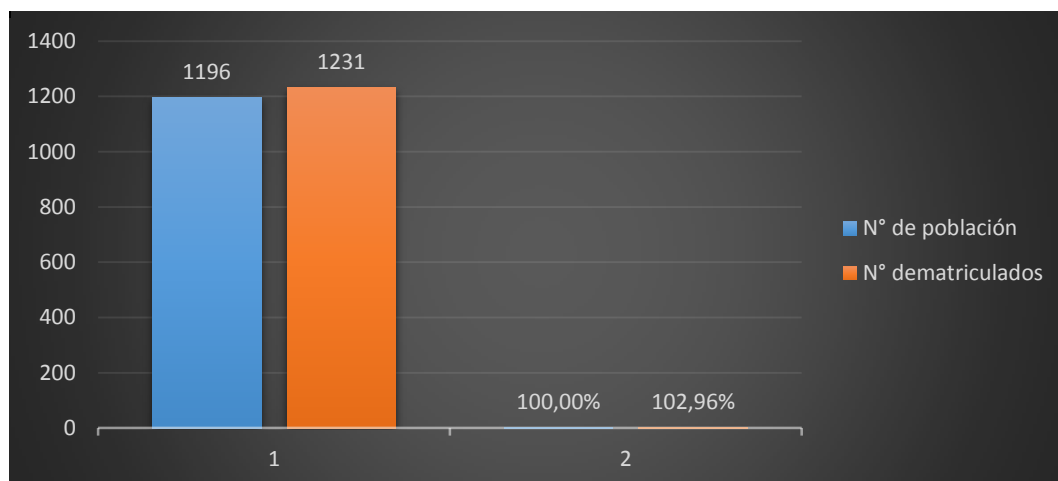
Ilustración 1 Nivel de Educación de la Población de 5 años y más

NIVEL DE INSTRUCCIÓN MÁS ALTO AL QUE ASISTE O ASISTIÓ POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MÁS																		
PARROQUIAS	Ninguno			Centro de Alfabetización/(EBA)			Preescolar			Primario			Secundario			Educación Básica		
	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T
GARCÍA MORENO	7,04	7,9	7,44	0,25	0,15	0,2	0,42	0,73	0,56	54,34	46,22	50,56	6,41	8,49	7,37	25,25	29,49	27,22
TOTAL CANTÓN	10,20	14,00	12,10	0,71	1,65	1,18	1,11	1,28	1,20	45,33	38,92	42,13	13,67	14,70	14,18	14,82	14,30	14,56
TOTAL PROVINCIA	5,59	9,03	7,37	0,56	1,50	1,04	1,20	1,19	1,19	40,15	36,56	38,30	19,51	19,36	19,44	10,98	10,38	10,67
TOTAL PAÍS	4,44	5,60	5,03	0,50	0,98	0,74	1,11	1,05	1,08	36,22	34,33	35,26	23,11	22,89	23,00	9,49	9,13	9,31
PARROQUIAS	Bachillerato - Educación Media			Ciclo Postbachillerato			Superior			Postgrado			Se ignora			TOTAL		
	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T
GARCÍA MORENO	3,29	3,25	3,27	0,17	0,29	0,23	1,39	1,65	1,51	0,08	0	0,05	1,35	1,84	1,58	100	100	100
TOTAL CANTÓN	4,88	4,91	4,90	0,62	0,61	0,62	6,12	6,95	6,53	0,36	0,31	0,34	2,18	2,36	2,27	100	100	100
TOTAL PROVINCIA	6,60	5,91	6,24	0,77	0,80	0,79	12,12	12,96	12,55	0,92	0,65	0,78	1,59	1,64	1,62	100	100	100
TOTAL PAÍS	7,51	7,24	7,37	1,02	1,13	1,08	12,71	14,20	13,47	1,20	0,96	1,08	2,70	2,49	2,59	100	100	100

Fuente: INEC, Censo PV. 2010

En cuanto al número de matriculados hasta décimo de educación básica se registran 1231 alumnos/as, con relación a una población de 1196 de 6 años 15 años notándose un mayor número de matriculados con una tasa de 102,96%, esto se debe a que hay alumnos que vienen de otras parroquias. (INEC, 2010)

Gráfico 3 Matricula primero a décimo de educación básica

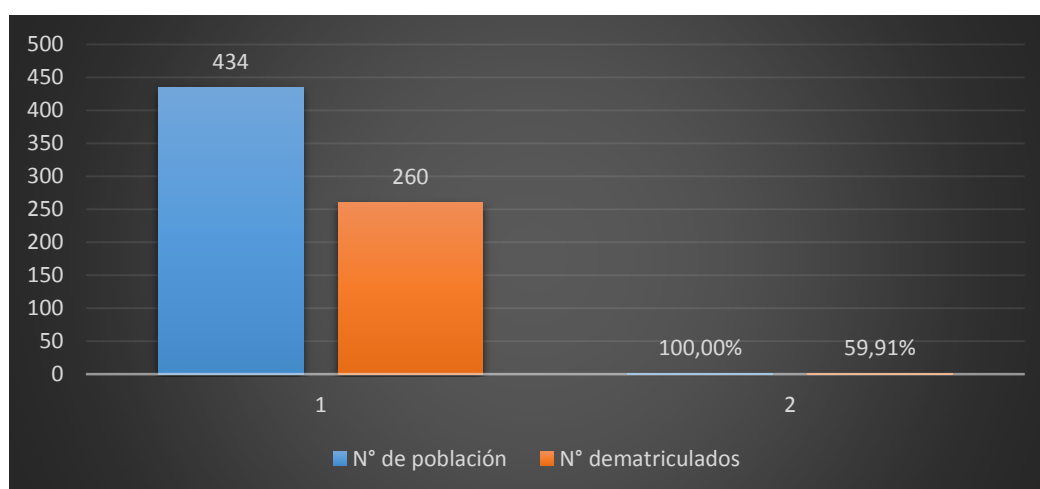


Fuente: INEC, Censo PV. 2010

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a la población comprendida entre de 15 años a 18 años se registran 434 de los cuales solamente 59.91% de esta población están matriculados de primero a tercero de bachillerato. (INEC, 2010)

Gráfico 4 Número de matriculados en bachillerato



Fuente: INEC, Censo PV. 2010

Elaborado por: La Autora

Según (INEC, 2010) el nivel de instrucción superior de las personas de 17 años y más en la parroquia es de 2,37%, haciendo relación con el 2010 sube en 0,41 puntos porcentuales. Con respecto al sexo el mayor porcentaje se presenta en las mujeres (3,13%) que en los hombres (1,81%).

Para el 2010 en García Moreno se registra el 2,78% de personas con educación superior, de este porcentaje la incidencia de las mujeres sigue manteniéndose alto con el 3,15% frente a los hombres con el 2,48%.

Tabla 7 Personas con educación superior

<i>INSTRUCCIÓN SUPERIOR (Ciclo post bachillerato, superior, postgrado) 17 AÑOS Y MÁS POR SEXO % 2010</i>			
DETALLE	INSTRUCCIÓN SUPERIOR		
	H	M	TOTAL
GARCIA MORENO	1,81	3,13	2,37
TOTAL CANTÓN	5,77	6,33	6,05
TOTAL PROVINCIA	13,02	12,27	12,63
TOTAL PAÍS	9,21	9,43	9,32

Fuente: INEC, Censo PV. 2010

Elaborado por: La Autora

- **Salud**

Mortalidad y morbilidad, en el período enero-julio del 2010 se atendieron un total de 9735 pacientes en consulta externa, de las cuales el 51,40% es atención preventiva, y morbi mortalidad 48,6%. (INEC, 2010)

Además según datos del Sub- centro de Salud de García Moreno se registra, que por cada 100 nacidos vivos hay el 0.8 % de mortalidad neonatal. Por otro lado la mortalidad materna es de 0,13%.

Incidencia de paludismo En cuanto a enfermedades como paludismo, dengue hemorrágico, sida, tuberculosis, influenza no hay reportes sobre casos de mortalidad, tampoco a causa de la mala calidad de agua.

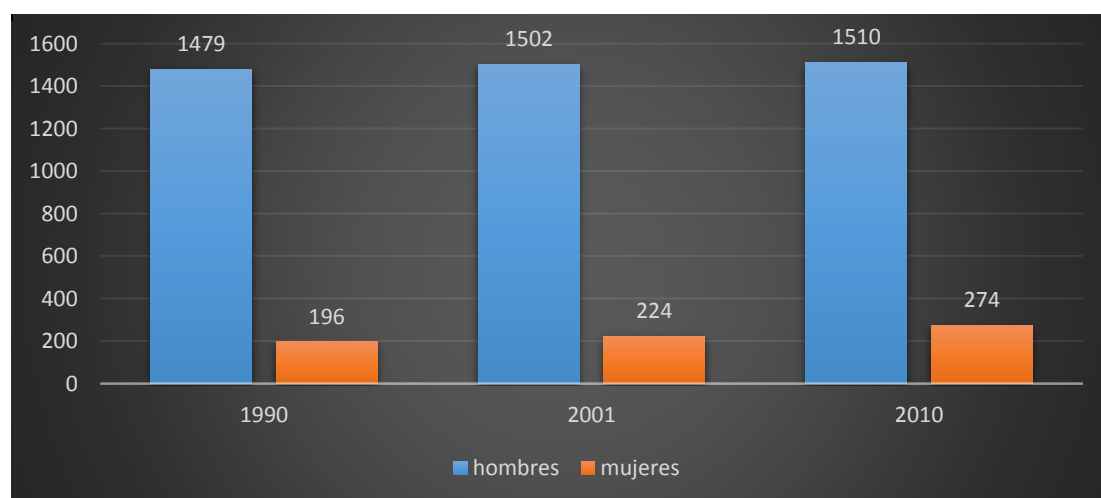
Niños y niñas con bajo peso al nacer Según datos del Sub centro de Salud se registra el 6.9 % de niños con bajo peso al nacer. A nivel nacional el porcentaje es 5,3% ((Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, 2013).

1.7.3 Actividades económicas

- **Trabajo y empleo**

La PEA de García Moreno es de 1784, la única parroquia de la zona de Intag que tiene un crecimiento positivo. Probablemente debido en parte a la existencia de nuevas áreas de colonización y frontera agrícola. El crecimiento sin embargo es bastante bajo y cambiará su tendencia conforme se agoten los recursos bosque y fertilidad natural, siguiendo el patrón de las otras 6 parroquias que conforman la zona de Intag. (Plan de Ordenamiento Territorial García Moreno, 2014 - 2019, pág. 42)

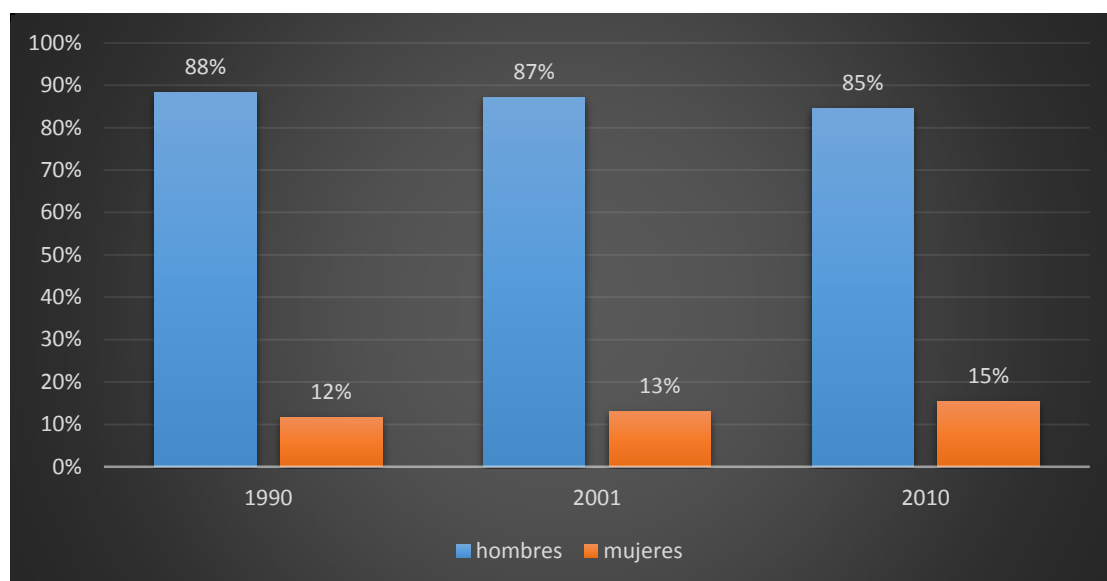
Gráfico 5 Evolución de la PEA por sexos



Fuente: PDOT García Moreno 2015

Elaborado por: La Autora

Gráfico 6 evolución de la PEA % de participación por sexos



Fuente: PDOT García Moreno 2015

Elaborado por: La Autora

Se evidencia un aumento en la participación de la mujer en la PEA. Es un fenómeno que se repite en las otras parroquias del territorio, probablemente por el abandono de hombres por migración. Además del cuidado de la familia y la casa, ahora asumen roles nuevos en la producción, sector público, organizativo, etc.

- **Principales productos del territorio**

Características de las actividades económicas agropecuarias En la Parroquia se identifican las actividades según la PEA de 10 años y más, encontrándose en primer lugar la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con 70,99 puntos porcentuales, seguido por el comercio al por mayor y menos con 5,17%, luego explotación de minas y canteras con 4,38%; y otras es 13,66% en donde los no declarado es 4,66% y las demás ramas de actividad no pasan del 2%. Es importante señalar que la actividad que mayor porcentaje representa en la parroquia son hombres el 77,49% y mujeres 35,16%, estos valores de género son el resultado de la relación con los hombres y mujeres de la PEA. Esta actividad demuestra

lo importante que es para la Parroquia y zona de Intag, siendo importante retomar estas dinámicas productivas. (Plan de Ordenamiento Territorial García Moreno, 2014 - 2019, p 46)

Superficie uso agrícola del suelo La superficie total de uso agrícola de la parroquia es de 23.839 hectáreas, predominando el área para pastos cultivados con 11,565 has, seguido de arboricultura tropical con 5,305 has y que corresponde a cultivos de plátano, frutales, café, caña de azúcar y maderables. Finalmente, los cultivos de ciclo corto como maíz, fréjol, yuca principalmente ocupan 6,969 has. (Plan de Ordenamiento Territorial García Moreno, 2014 - 2019, p 47)

Es también importante la superficie de bosques naturales que existen en la parroquia de 38,107 has, ya que la PEA reportada para la rama de ocupación de agricultura, incluye la tala de madera en una alta proporción. Una parte importante de éstos bosques se encuentra dentro de las fincas como reserva de bosques en fincas y asciende a 15,184 has. El resto, 22,923 has corresponde a bosques y vegetación protectora y patrimonio forestal del Estado. Lamentablemente la tasa de deforestación se asume cercana al 3% anual por lo que la disminución esperada de la cobertura forestal tanto en fincas como en áreas de patrimonio forestal del Estado y peor aún en bosques y vegetación protectora, es bastante alta y podría desaparecer en la década siguiente. (Plan de Ordenamiento Territorial García Moreno, 2014 - 2019, p 47)

Tabla 8 Distribución y superficie uso actual del suelo

Uso del suelo	Has	%
Bosques naturales	38,107	56%
Pastos cultivados	11,565	17%
Arboricultura tropical	5,305	8%
Ciclo corto	6,969	10%
Deforestado en regeneración	5,6	8%
Total	67,546	100%

Fuente: PDOT García Moreno 2015

Elaborado por: La Autora

Respecto al uso potencial del suelo, se observa que son los bosques y pastos los que predominan.

Actividad Turística, el turismo ha ido creciendo paulatinamente la última década en la parroquia. Cuenta con una oferta turística extensa en materia de atractivos naturales, sin embargo la infraestructura es limitada. La afluencia de turistas nacionales se concentra especialmente en feriados, aunque por el mejoramiento de las vías cada vez llegan nuevos visitantes los fines de semana. El turismo extranjero se concentra en las experiencias comunitarias de eco turismo de la comunidad de Junín, El Rosal y Magdalena Bajo, así como la Reserva Los Cedros. (Plan de Ordenamiento Territorial García Moreno, 2014 - 2019, p 50)

En la parroquia existen 13 establecimientos que brindan servicios de alojamiento, entre hoteles, hostales, hospedajes, de los cuales 8 son de tipo privado y 5 de carácter comunitario.

Tabla 9 hoteles, hostales y hospedajes de la parroquia García Moreno

Nombre	Ubicación	Tipo de emprendimiento
Nombre Hostal Elvis	Centro parroquial	Privado
Hotel Villadorita	Comunidad Villadorita	Privado
Hostal El Chontal	El Chontal	Privado
Hostal Río Verde	Río verde	Privado
Hostal Río Verde	Río verde	Privado
Estación Biológica Los cedros	Bosque Protector Los Cedros, Magdalena Alto	Privado, manejado por la Fundación Los Cedros,
Hostal El Cauchero	Comunidad San Roque - EChontal	Privado
Cabañas Osho	Comunidad Magdalena Bajo	Privado
Hostal Hormiga Verde	Comunidad Magdalena Bajo	Comunitario, manejado por Corporación Talleres Gran valle
Hospedaje comunitario el rosal	Comunidad El Rosal	Comunitario, manejado por el Grupo ASOFEPAR
Hospedaje comunitario Paraíso	Comunidad El Paraíso	Comunitario, manejado por Grupo taller artesanías El Paraíso
Hostal La Casa del turista	El Chontal,	Comunitario, manejado por Comité Turismo Manduriacos
Cabañas Junín	Comunidad Junín	Comunitario, grupo de turismo Eco Junín

Fuente: PDOT García Moreno 2015

Elaborado por: La Autora

Atractivos turísticos La parroquia García Moreno posee una gran variedad de atractivos turísticos vinculados al paisajismo, como los 10 ríos principales, innumerables cascadas y quebradas, 38.107 has de bosques naturales, de las cuales 19.423 son bosques protectores, así como fincas que poseen gran diversidad de cultivos. Adicionalmente, los emprendimientos agroindustriales comunitarios se han convertido también en un interesante punto de referencia para visitantes. (Plan de Ordenamiento Territorial García Moreno, 2014 - 2019, p 51)

Un atractivo que no se ha considerado anteriormente pero que está muy extendido por la parroquia, son la gran cantidad de vestigios arqueológicos de la cultura Yumbo. Precisamente en fechas muy recientes, se ha descubierto mediante imágenes satelitales, la existencia de una ciudadela pre incásica de gran extensión, ubicada en la comunidad de Cielo Verde, adicional a la gran cantidad de tolas que se encuentran dispersas por la parroquia, destacándose en las comunidades de Limones, Chalguyaco Bajo, Junín y Chontal Alto. (Plan de Ordenamiento Territorial García Moreno, 2014 - 2019, p 52)

Comercialización, Los agricultores García Moreno tienen pocas opciones de comercialización para la producción. La gran mayoría lo hace a través de intermediarios quienes obtienen los productos directamente a los agricultores ya sea en la finca o en los mercados locales especialmente en la parroquia de Apuela los días domingos. Para el caso específico del café, la comercialización se realiza a través de la Asociación Río Intag AACRI. El fréjol se lo hace principalmente a través de intermediarios que compran directamente en el pueblo, en las fincas o en Apuela los domingos. Una parte importante se lo comercializa a través de la organización CORPAIS y Talleres del Gran Valle (CTGV).

El ganado se comercializa directamente con intermediarios que tienen normalmente camiones y realizan la compra directo en las fincas y lo trasladan a mercados en Ibarra, Santo

Domingo o Pedro Vicente Maldonado. En la parroquia de García Moreno hay una pequeña tercerna en la cual se expende carne de res y cerdos, que son provistos por productores locales que entregan directamente. Productos como el tomate riñón, tomate de árbol, naranjilla o papaya, son comercializados a través de intermediarios quienes fijan los precios en base al mercado nacional y arreglan la compra incluso meses antes de la cosecha. (Plan de Ordenamiento Territorial García Moreno, 2014 - 2019, p 52)

1.7.4 Ubicación geográfica

- **Extensión territorial**

La parroquia García Moreno perteneciente a la provincia de Imbabura, es una de las 8 parroquias rurales del Cantón Cotacachi, se ubica en la zona de Intag, a 78Km de la capital (Cotacachi) vía Apuela y 106 Km de la capital Provincial (Ibarra) vía Apuela y a 170Km de Quito. Su extensión asciende a 682,4 Km² aproximadamente, constituyéndose en la parroquia de mayor extensión territorial del Cantón.

- **Limites**

Según la ordenanza de 1940, estos son los límites:

Al norte: La cordillera más alta del Toisán,

Al sur: el río Intag,

Al oriente: la quebrada antes conocida como “La Plata” hoy como “Hermano Miguel”,

Al oeste: Con los límites de la provincia de Esmeraldas.

En la actualidad la parroquia García Moreno posee los siguientes límites:

Al norte: Provincia de Esmeraldas

Cantón Eloy Alfaro, Parroquia Telembi

Cantón Eloy Alfaro, Parroquia Luis Vargas Torres

Al Noroeste: Provincia de Esmeraldas

Cantón Quinindé, Parroquia Quiamalimpia

Al Suroeste: Provincia de Pichincha, Cantón Pedro Vicente Maldonado, Parroquia
Pedro Vicente Maldonado

Al Sur: Provincia de Pichincha

Cantón Quito, Parroquia Pacto

Cantón Quito, Parroquia Gualea

Cantón Quito, Parroquia Nanegal

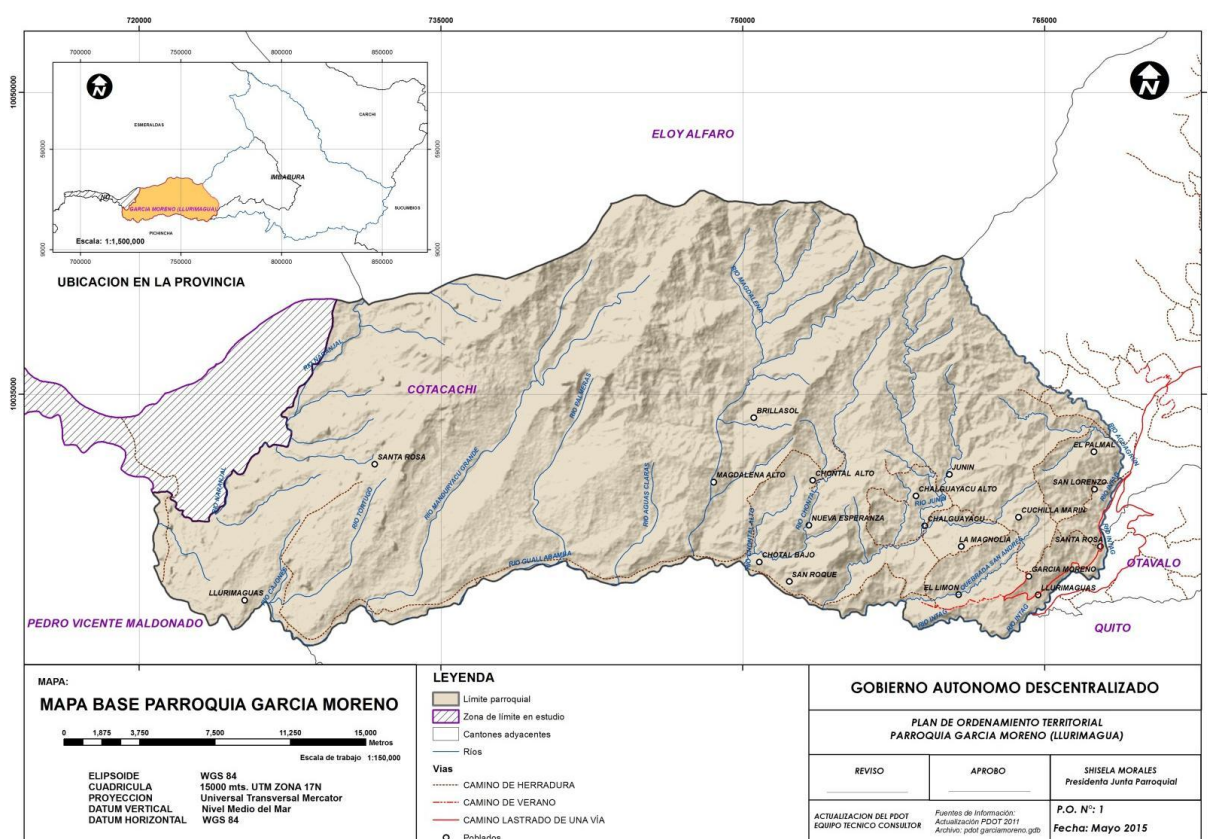
Cantón Quito, Parroquia San José de Minas

Al Este: Provincia de Imbabura

Cantón Cotacachi, Parroquia Peñaherrera

Al Nor Este de García Moreno está ubicado la comunidad de Barcelona la misma que aún no se ha definido su pertenencia legalmente a esta parroquia o a Peñaherrera pese a que el acuerdo social histórico y legal es parte de García Moreno, pese a lo cual el Gobierno Provincial de Imbabura ya lo incorpora a Peñaherrera. El sitio de discordia es el río Aguagrum hacia la cuchilla de la cordillera Toisán el cual no tiene fin.

Ilustración 2 Mapa base parroquia García Moreno



Fuente: Instituto Geográfico Militar 2015
Elaborado por: La Autora

• División política

Actualmente la parroquia García Moreno Cuenta con 41 comunidades incluida las golondrinas que últimamente mediante referendo fue anexada a la provincia de Imbabura y su jurisdicción pertenece a la parroquia de García Moreno.

- Barcelona
- Cerro Pelado
- Cielo Verde
- Cuchilla Marín
- Chalguyaco Alto

- Chaguayaco Bajo
- Chontal Alto
- 10 de Agosto
- El Chontal Bajo
- El Palmar
- El Paraíso
- El Progreso
- El rosal
- Grupo Independiente
- Junín
- La Armenia
- La Delicia
- La Magnolia
- Las Golondrinas
- Llurimaguas
- Magdalena Alto
- Magdalena Bajo
- Manduriaco Chico
- Manduriaco grande
- Perla del Guayllabamba
- Rio Verde
- San Lorenzo
- San Roque
- Santa Alicia

- Siempre Unidos
- Villa Dorita

1.8 Determinación de la oportunidad de inversión

Después de haber utilizado fuentes primarias de investigación se establece que la principal actividad económica de la parroquia de García Moreno es la agricultura, sus suelos son de origen volcánico ricos en materia orgánica, posee una gran cantidad de recursos hídricos, la mano de obra es calificada en vista que la mayoría de la población se dedica a la agricultura lo que es ventajoso para el proyecto y sobre todo no se evidencia que existan plantaciones similares por lo que se evidencia que no existe competencia.

Por lo expuesto se propone que es factible el **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MORINGA OLEIFERA EN LA PARROQUIA GARCIA MORENO, ZONA DE INTAG CANTON COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA”**.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Generalidades de la Moringa

Según (Anónimo, 2015) describe que la moringa oleífera, es la más conocida de las 14 especies de la familia Moringaceae, es un árbol nativo del sur del Himalaya: India, Pakistán, Bangladés y Afganistán. Llamado también el ‘árbol milagroso’, es un cultivo importante en las Filipinas, Etiopía y Sudán, y empieza a crecer en el resto de África, Asia tropical, Latinoamérica, el Caribe, Florida y las Islas del Pacífico, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).

En la India se han desarrollado dos variedades de rápido florecimiento, que producen en 6 meses vainas listas para la venta (otros tipos tardan hasta un año). Es de fácil propagación. Crece por siembra directa o por estacas. Los árboles son altamente resistentes a las plagas y a la sequía, lo que explica su crecimiento en lugares como el Parque Nacional Etosha, en Namibia, una planicie semiárida. En Ecuador, los bosques de moringa han encontrado terreno favorable en la Costa.

De acuerdo con los representantes de la FAO en Ecuador, en el país no hay proyectos con moringa al momento. Sin embargo, existen varias iniciativas privadas. Una de ellas es la plantación en la península de Santa Elena de la empresa Ecuamoringa, dirigida por Fausto Mantilla, quien hace 5 años conoció la especie mientras trabajaba y daba capacitación como técnico pecuario.

Se trajo unas semillas de la India y empezó con investigaciones de siembra, suelo, plagas, adaptación e interacción con la biodiversidad local. Descubrió que el suelo ecuatoriano es muy favorable a la producción. “La planta se adapta con facilidad al suelo

tropical, árido y semiárido. Es de rápido crecimiento y alta producción, resistente a las enfermedades y a la sequía. Es totalmente comestible, llena de nutrientes”.

Además de los bosques de moringa en Santa Elena, los hay también en Portoviejo, y se ha promovido la creación de huertos entre comunidades de agricultores de Naranjito y Salitre (Guayas). Debido a su experiencia con las propiedades de la moringa, Mantilla defiende la importancia de este cultivo no tradicional para el consumo humano, el uso pecuario y la agricultura. Al momento, se comercializa como materia prima, en hoja y en polvo.

2.1.1 Propiedades de la moringa

Según (Rodriguez, 2016) estos algunos de los beneficios de la moringa oleífera:

- **Antimicrobiano:** Se ha demostrado que las hojas, semillas, y flores de la Moringa contienen grandes cantidades de Pterygospermin, que inhiben varias bacterias patógenas tales como el Escherichiacoli, Staphylococcusaureus, E. coli, etc. La flor de la Moringa tiene propiedades para controlar ciertos parásitos de nuestro organismo.
- **Elimina los hongos:** El extracto de hoja de Moringa es eficaz para controlar el crecimiento de los hongos en el organismo. Al contener gran cantidad de Pterygospermin, tiene una gran acción antifúngica.
- **Tiene propiedades anti-inflamatorias:** El extracto de raíz de la Moringa, contiene gran cantidad de sustancias anti-inflamatorias. Las semillas de Moringa pueden ayudar en enfermedades inflamatorias crónicas.
- **Se utiliza para reducir el asma:** Los granos de semilla de Moringa tienen muchas propiedades que se asemejan mucho a la efedrina, sustancia que se utiliza para el tratamiento del asma. La Moringa relaja los bronquiolos, y disminuye la gravedad de los síntomas del asma mejorando las funciones respiratorias.

- **Tiene propiedades analgésicas:** El extracto de las hojas y las semillas de la Moringa, tiene propiedades analgésicas en nuestro organismo.
- **Ayuda a reducir la hipertensión:** Las hojas de la Moringa contienen unos activos biológicos, que ayudan a estabilizar la presión arterial del organismo, por lo tanto actúa como hipotensor.
- **Es diurético:** La Moringa tiene grandes propiedades diuréticas en las raíces, hojas, flores, y semillas, que ayudan a eliminar toxinas en el organismo.
- **Reduce el colesterol:** Las hojas de la Moringa, ayudan a reducir el colesterol en sangre.
- **Actividad antidiabética:** La Moringa es efectiva para bajar los niveles de azúcar en sangre, en un periodo de 3 horas después de su ingesta.
- **Tiene propiedades antioxidantes:** Las semillas de Moringa contienen varios activos de compuestos fenólicos, como la quercetina y el kaempferol, que son los responsables de la actividad antioxidante de la Moringa. También contiene gran cantidad de Vitamina A, C, E, K, B, B1, B2, B3, B6, Alanina, Arginina, y Beta-caroteno.
- **Mejora enfermedades del hígado:** Las flores de la Moringa contienen un flavonoide llamado quercetina, que protege al organismo de contraer enfermedades hepáticas
- **Protege contra el cáncer:** La Moringa contiene compuestos varios activos como el niazimicin, que protegen al organismo de contraer cáncer. Las hojas de la Moringa contienen grandes propiedades antioxidante que ayudan a reducir la formación de células cancerígenas.
- **Actividad anti-fertilidad:** Las raíces de la Moringa contienen propiedades estrogénicas, anti-estrogénicas, progestacional y antiprogestacional, que afectan a la fertilidad. Si se consumen grandes cantidades puede llegar a ser abortiva.

- **Estimulante cardíaco y circulatorio:** Las hojas de la Moringa estimulan el sistema cardíaco y circulatorio del organismo. La raíz de la Moringa contiene alcaloides que actúan como estimulante cardíaco a través del sistema nervioso.
- **Previenen las enfermedades oculares:** La falta de Vitamina A en el organismo es una de las mayores causas de ceguera. Las hojas y vainas de la Moringa contienen gran cantidad de vitamina A, que puede ayudar a prevenir la ceguera nocturna, cataratas, y problemas de los ojos en los niños.

2.1.2 Propiedades de la Moringa

(Rodriguez, 2016) En su página web Moringa Vitae describe algunas de las propiedades de la moringa oleífera:

- 7 Veces más Vitamina C que en las Naranja
- Veces más Vitamina A que en las Zanahorias
- Veces más Calcio que en la Leche
- Veces más Potasio que en los Plátanos

Las hojas de Moringa posee un porcentaje superior al 25% de proteínas, esto es tantas como el huevo, o el doble que la leche, cuatro veces la cantidad de vitamina A de las zanahorias, cuatro veces la cantidad de calcio de la leche, siete veces la cantidad de vitamina C de las naranjas, tres veces más potasio que los plátanos, cantidades significativas de hierro, fósforo y otros elementos. Difícilmente se puede encontrar un alimento más completo. Además el sabor es agradable y se pueden consumir frescas o preparadas de diferentes maneras. Los frutos verdes, las semillas y las raíces también son comestible.

2.1.3 Cultivo de la moringa

Para el cultivo de la moringa es necesario tener en cuenta los siguientes parámetros para una buena producción (Rodríguez, 2016):

- **Suelos.-** La Moringa tolera un amplio rango de condiciones climáticas y de suelo. Crece en lugares con precipitación que varía desde 250 hasta 3,000 mm de lluvia. La planta es propia de las tierras bajas y cálidas, pero se le puede encontrar en terrenos soleados a alturas de hasta 200 msnm.

Se ha adaptado a condiciones de suelo del trópico húmedo, seco y árido e incluso crece en suelos pesados hasta 1,300 msnm pero a esta altitud no se desarrolla como en las zonas bajas más cálidas.

La planta se adapta a suelos duros o pesados, suelos con poca capacidad de retención de humedad y hasta en aquellos que presentan poca actividad biológica. En términos generales, el terreno donde se planta debe poseer un buen drenaje ya que esta planta no soporta el encharcamiento. Cuando la planta encuentra condiciones óptimas de humedad y nutrientes puede crecer hasta más de tres metros en nueve meses.

- **Cultivo y propagación**

Es una planta de rápido crecimiento y fácil de propagar, tanto por semilla como por material vegetativo. Las semillas se seleccionan tomando en cuenta tres variables importantes, según la experiencia de los agricultores en el campo. Estas fueron tomadas en cuenta durante la experimentación y son las siguientes: Vainas de mayor tamaño, Semilla proveniente de la parte central de la vaina que son generalmente las semillas grandes, Brillo de la semilla.

Durante el mes de agosto se puede empezar a identificar los mejores árboles productores de semilla, según el desarrollo y abundancia de flores. La época de producción de la semilla es a partir de octubre cuando empieza a madurar, prologándose hasta el mes de abril del siguiente año. La siembra directa –en campo definitivo–, se recomienda siempre y cuando existan condiciones para el control de insectos y la disponibilidad de la semilla sea abundante (50% más de la que se necesite), esto para compensar las pérdidas que puedan existir. En caso contrario, es mejor optar por la preparación de viveros. Al tener los cuidados necesarios las plantas, éstas pueden alcanzar alturas superiores a los cuatro metros en siete meses.

- **Condiciones para la siembra**

Para el vivero se recomienda un substrato elaborado con 60% de arena y 40% de tierra negra, de tal manera que la textura del suelo sea franco arenoso. Esto puede lograrse, por ejemplo, con una mezcla elaborada con una parte de tierra, una de arena y una de materia orgánica, previamente cernida. Se utilizan bolsas de polietileno de 6 X 12 pulgadas, las cuales deben llenarse evitando espacios de aire o exceso de compactación de la tierra o tierra gredosa.

Se construyen los bancales colocando un bloque de ocho hileras cada uno y un espacio de 0.50 metros entre bloque. Para la desinfección de las bolsas llenas de tierra, se riega agua a 100 °C con regadera de mano. Después de 2 días se siembra la semilla directamente en la bolsa utilizando cuatro semillas por postura a una profundidad aproximada del doble del diámetro de la semilla. Esto puede ser de 1 a 2 cm. de profundidad. Se pueden utilizar dos semillas por bolsa. Es funcional también realizar por lo menos tres riegos profundos antes de colocar las semillas, para evitar espacios

de aire y para que germine las semillas de malezas en la bolsa y hacer luego el control manual.

La siembra de semillas se realiza directamente a la bolsa. De esta forma se evita hacer semilleros y se evita estrés en el trasplante del semillero a la bolsa, a la cual la planta es susceptible. Además, por el porcentaje de germinación reportado (mayor de 80%), se recomienda realizarlo directamente a la bolsa. En caso de que los viveros sean mantenidos a cielo abierto se recomienda, luego de haber depositado la semilla en la bolsa, colocar una cubierta de paja para mantener la humedad y evitar desenterrar las semillas durante el riego. La protección en vivero sólo se realiza después de la emergencia de la semilla y luego se descubre totalmente hasta el momento del trasplante. A fin de mantener húmedo el sustrato, se riega en los primeros quince días con una regadera, un día sí, otro no, iniciando al momento de la siembra y tomando en cuenta los días de precipitación pluvial, para no duplicar el riego.

- **Manejo del vivero**

El manejo del vivero consiste en regar las plantas al menos dos veces por semana, realizar el control manual de malezas dentro de la bolsa de polietileno y el control mecánico de las malezas entre los surcos, además, el reacomodo de las bolsas que se desalinean en los surcos establecidos. Es importante retirar la cubierta o paja seca una semana después de haber emergido las plántulas, con lo cual se evita el alargamiento de las plantas (acción de fototropismo), y se favorece el crecimiento vigoroso.

Es importante para el control y manejo que las acciones correctivas sean realizadas en el momento oportuno, por ejemplo la resiembra, control de insectos, aplicación de soluciones nutritivas, etc. Si la presencia de larvas es generalizada en todo el vivero, se recomienda realizar un control con insecticidas biológicos o de contacto, existentes en

el mercado. El buen crecimiento de las plantas se refleja en el crecimiento uniforme y verde y las plantas lucen sanas y vigorosas.

- **Factores que afectan el crecimiento de la planta en el vivero**

La planta es susceptible a los vientos, el exceso de humedad o lluvia provoca que las hojas bajas se tornen amarillentas previo a botarlas. La tierra negra promueve el buen crecimiento de la planta bajo las condiciones de vivero, la textura recomendada es la de un suelo franco-arenoso o franco arcilloso con buen drenaje.

Las plantitas pueden ser atacadas por el zompopo, especialmente las hojas y brotes tiernos. El control de este insecto se hace con la remoción de las troneras, aplicación de cal y control con fuego, así como con la aplicación de diversos productos químicos que están disponibles en el comercio. También es posible encontrar daño por Pieris (orugas cortadoras) en las hojas cuyo control se hace manualmente. Las bajas temperaturas, las constantes lluvias, y la velocidad del aire, afectan considerablemente el desarrollo de la planta y provocan el amarillamiento de las hojas bajas de la planta y en algunos casos, defoliación. La deficiencia de agua y el clima frío son tan perjudiciales como el anegamiento. Las semillas en los árboles son atacadas por hormigas y por pequeños gorgojos que comen las semillas y se anidan dentro de las vainas.

- **Tratamiento Pre-germinativo de la Semilla (Procedimiento experimental)**

Durante la producción controlada de esta planta, se colocó la semilla durante 24 horas en agua, a temperatura ambiente. Después de este tratamiento se procedió a sembrar cuatro semillas por bolsa, a un centímetro de profundidad. Este tratamiento se llamó Siembra en bolsa + escarificación con agua a temperatura ambiente por 24 horas. El trasplante a campo definitivo se realizó a los 90 días, aunque por la influencia del

clima sobre el crecimiento, se recomienda utilizar la variable “altura” para definir el tiempo al trasplante y no los meses. De esta forma, las plantas se trasladan al campo definitivo cuando alcancen una altura entre 36 a 60 cm. Después de una semana de haber germinado el total de las semillas, se entresacan las plantitas para dejar sólo una por bolsa. La eliminación de las plantas se realiza utilizando una navaja o tijera y no por arranque, porque puede afectar a la planta vigorosa debido al entrelace entre las raíces. Esta práctica evita el estrés de la planta seleccionada pero promueve el rebrote de aquellas que fueron cortadas, por lo que se recomienda seguir podando estos rebrotes.

Los criterios de selección de la planta a dejar en la bolsa son: vigorosidad, ubicación lo más cercana al centro de la bolsa y la semilla no debe estar germinada tan superficialmente para evitar el acame por el viento.

- **Trasplante a campo definitivo**

El trasplante debe realizarse en horas frescas. Es recomendable por la tarde, así se evitará el estrés. Durante el trasplante debe tomarse en cuenta que el invierno ya esté totalmente establecido con lluvias frecuentes. Debe considerarse la época de cabañuela, la cual se presenta a finales de julio y durante el mes de agosto, como también la frecuencia de lluvia inestable, esto evitará pérdidas por insolación o estrés hídrico.

Conviene regar las plantas un día antes del trasplante. En los suelos arcillosos y rocosos, la planta puede adaptarse y desarrollarse a tal grado que a los nueve meses ya produce flores y las primeras vainas. En condiciones de suelos muy adversos puede agregar al suelo materia orgánica, o estiércoles ya compostados. El agujero para plantar en el campo definitivo debe tener de 40 a 50 cm de profundidad.

Al plantar debe tenerse cuidado de no dañar las raíces al romper la bolsa. Para ello debe cortarse diametralmente la base de la bolsa con una navaja afilada, luego prolongar la abertura a lo largo de un costado de la bolsa. La bolsa debe retirarse cuando la planta ya se encuentre ubicada en el agujero realizado en campo definitivo.

Deben evitarse bolsas de aire al momento del trasplante, los riegos deben ser al menos tres veces a la semana. Durante esta etapa la planta es muy propensa al acame o doblamiento, por lo que se recomienda poner tutores. Cuando la planta entra en estrés hídrico es normal que vote las hojas luego de un proceso de amarillamiento foliar. Si esto ocurre, debe aumentar la frecuencia de riegos y se observará en doce a diez y seis días, la aparición de nuevos brotes.

- **Distancia de siembra**

El espaciamiento de los árboles depende de los propósitos de la plantación. Para fines de producción de semilla se debe sembrar a una distancia de 3 a 5 metros, pues ésta permitirá el desarrollo normal del follaje, sin interferencia entre los extremos de las ramas.

Para la producción de follaje de manera intensiva puede sembrarse de 5, 10 o 20 centímetros entre planta de manera lineal por unos 10 surcos de manera consecutiva y calles de 50 cm para el manejo de malezas y posteriores recolecciones de semilla. Esto permite el manejo de brotes y follaje. Si se ha destinado el uso para cerco vivo debe sembrarse de 1.5 a 2.0 metros entre planta o estaca, esto permite que el cerco tenga firmeza, especialmente si se encuentran dentro del patio animales bovinos. Si el objetivo es tener sombra dentro del patio de la casa, se recomienda dejarlo a una distancia de 5 metros o más. Se ha observado que en algunas viviendas del área rural en Guatemala, Nicaragua u otros países se tienen de dos a tres árboles por patio y ha

servido para sombra, ornato y como “bramadero”, es decir, como lugar para amarrar a un cerdo o ternero.

- **Riego**

Durante el trasplante es necesario mantener los riegos dos a tres veces por semana, dependiendo de las condiciones de lluvia en el lugar. La planta no demanda demasiado riego (1.5 litros/riego). Cuando se presenta amarillamiento de hojas viejas o bajas en la planta son señales de estrés hídrico.

- **Fertilización**

El árbol crece sin necesidad de fertilizantes. Sin embargo, se recomienda la aplicación de fuentes nitrogenadas para favorecer la formación de la proteína, que es el potencial de esta planta. En India han demostrado que una aplicación de 7.5 Kg. de estiércol más 0.37 Kg. de sulfato de amonio por árbol permite triplicar el rendimiento de vainas.

- **Propagación por estacas para cerco vivo**

Se utilizan rebrotes que tengan de 1.5 a 2 pulgadas de diámetro y altura de 1.6 a 2 metros, que coincide con la altura del cerco ya establecido. La profundidad de siembra es de 15 a 20 centímetros, lo cual es una profundidad muy superficial. Sin embargo, para sostener los tallos – semillas, se entrelazan entre los hilos de alambre espigado o ramas de otros árboles mientras se produce el enraizamiento del tallo. La separación entre cada tallo-semilla, es aproximadamente de 125 a 140 centímetros, lo cual garantiza buen desarrollo del área foliar y protección en los cercos.

La época de poda y siembra se realiza a comienzos de la época lluviosa. Si el objetivo es producir el árbol en estacas, pero en bolsa, la estaca debe tener de 2.5 de diámetro y

30 cm de longitud. El corte en las estacas debe ser justamente a la altura de una yema y la época recomendada es a principios de la época lluviosa. El riego debe ser tres veces a la semana y luego de dos meses puede reducirse a dos veces.

- **Cosecha**

La Moringa florea y fructifica siempre que tenga humedad disponible. Si las lluvias son continuas a lo largo del invierno, el rendimiento será constante y la floración puede marcarse dos veces. En condiciones de aridez puede inducirse la floración por medio de riegos. En ocasiones, es necesario podar algunas ramas para evitar el desgaje, por exceso de producción de vainas. Cuando se produce semilla para la reproducción, las vainas deben dejarse secar en el árbol hasta que se pongan color café. La cosecha debe realizarse antes de que las vainas se abran y caigan las semillas.

Los costales con la semilla deben guardarse en lugares ventilados y secos bajo sombra. Durante el proceso de cosecha debe evitarse el jaloneo de las vainas, pues esto desgaja las ramas. Debe tenerse presente que la madera es frágil, poco densa, por lo que es quebradiza (durante la cosecha evitar subirse al árbol o sostenerse en las ramas de menor diámetro).

2.2 Empresa

Según (Iborra, Dasi, Dols, & Ferrer, 2014, p 4) Definen: “Es una institución en la que un conjunto de personas transforman diversos recursos en bienes o servicios que satisfagan necesidades humanas, con la finalidad de obtener beneficios para distribuir entre sus propietarios”.

La empresa son organizaciones o conjunto de personas que se asocian para realizar varias actividades económicas utilizando varios recursos como financieros, materiales,

tecnológicos y humanos para lograr diferentes objetivos con la finalidad de satisfacer necesidades colectivas y determinar una utilidad que le permita a la organización generar rentabilidad a los inversionistas.

2.2.1 Clasificación de las empresas

(Zapata, 2011), en su libro contabilidad general. Clasifica a las empresas de acuerdo con la clasificación que se describe en el siguiente gráfico:

Gráfico 7 Clasificación de las empresas

Empresas	Naturaleza	Industriales
		Comerciales
		Servicios
		Agropecuarios
		Mineras
	Sector o procedencia del capital	Públicas
		Privadas
		Mixtas
	Integración del capital	Uni personal
		Sociedades

Fuente: Contabilidad General (Zapata 2011)

2.2.1.1 Por su naturaleza

(Bravo, 2011) Define: “Existen algunos criterios para la clasificación de la empresa, para efectos contables se consideran más útiles los siguientes:”

- **Industriales**

Son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos. Utilizan materia prima la cual mediante un proceso determinado, es transformada a producto terminado o semielaborado para luego venderlo, cumpliendo necesidades de la sociedad, dando mayor poder de conservación, diferentes formas de utilizar el producto elaborado, obteniendo por el mismo una utilidad para sus empleados y la organización.

- **Comerciales**

Son aquellas que se dedican a la compra-venta de productos, convirtiéndose en intermediarias entre productores y consumidores.

Es la empresa que adquiere mercadería o productos con la finalidad de distribuirles o venderles a terceros y obtener una utilidad o rentabilidad por la venta de los mismos.

- **De Servicios**

Son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad. Empresa creada con el objeto de realizar una actividad personal o prestar un servicio a terceras personas, con el objetivo de cumplir ciertas expectativas o necesidades, el mismo que es remunerado de acuerdo a la satisfacción y cumplimiento de sus necesidades.

- **Otras**

- Bancarias.
- Agrícolas.
- Mineras.
- Hoteleras.
- Financieras.
- De transporte.

2.2.1.2 Por el sector al que pertenece

(Bravo, 2011), “Existen algunos criterios para la clasificación de la empresa, para efectos contables se consideran más útiles los siguientes:”

- **Empresas Públicas**

Son aquellas cuyo capital pertenece al sector público (Estado). Nos menciona que, el aporte del capital lo hace el gobierno.

- **Empresas Privadas**

Son aquellas cuyo capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas).

El aporte de capital proviene de personas naturales o jurídicas del sector privado.

- **Empresas Mixtas**

Son aquellas cuyo capital pertenece tanto al sector público como al sector privado (Personas Jurídicas). Cuando a la conformación del capital concurren los aportes tanto del sector privado como del sector público.

2.2.1.3 Por la integración del capital

(Bravo, 2011), “Existen algunos criterios para la clasificación de la empresa, para efectos contables se consideran más útiles los siguientes:”

- **Unipersonales**

Son aquellas cuyo capital pertenece a una persona natural. El capital se conforma con el aporte de una sola persona natural.

- **Pluripersonales (Sociedades)**

Son aquellas cuyo capital pertenece a dos o más personas naturales. Las sociedades se subdividen en:

- De Personas.- En función del capital tenemos las empresas en comandita Simple y con un nombre colectivo.
- De Capital.- En función del capital están las compañías de Sociedad Anónima, Economía Mixta y Compañía Limitada.

El capital (propiedad) se conforma mediante el aporte de varias personas naturales o jurídicas.

2.3 Mercado

Según (Lacalle, 2014, p 9) Define como: “El conjunto de consumidores y productores de un determinado producto, con capacidad para determinar su precio”.

Un mercado es donde los vendedores u oferentes venden un determinado producto para satisfacer las necesidades y deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, la oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado.

2.3.1 Investigación del mercado

(Meza, 2013, p 22), Establece que es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicios. El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque de su resultado depende el desarrollo de los demás capítulos de la formulación, es decir, ni el estudio técnico ni el estudio administrativo y el estudio financiero se realizarán a menos que este muestre una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio. Más que centrar la atención sobre el potencial consumidor y la cantidad del producto que este demandará, en el estudio de mercado se tendrán que analizar los mercados de proveedores, competidores y distribuidores.

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

2.3.2 Oferta

(Kotler & Armstrong, 2012), dice: El análisis de la oferta pretende explicar el comportamiento de los agentes económicos que actúan como productores, especialmente las empresas, La teoría de la oferta también proporciona una base sólida para realizar predicciones a corto plazo sobre la variación de la demanda de factores de producción en función de los cambios en los precios relativos de éstos. Al mismo tiempo, buena parte de la teoría de la oferta se encarga de analizar cómo negocian las empresas con respecto a la demanda, que en algunos casos son factores que inciden en el precio.

La oferta se define como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender bajo determinadas condiciones de mercado a un determinado precio.

2.3.3 Demanda

(Escribano Ruiz, Alcaraz Criado , & Fuentes Merino, 2014, p 50), Argumentan lo siguiente: Podemos definir a la demanda como la cantidad que están dispuestos a comprar de un producto un conjunto determinado de consumidores en lugar y periodo de tiempo predeterminado y en una situación del entorno y tras un esfuerzo comercial de la empresa y de los competidores dados.

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores, demanda total o de mercado.

2.3.4 Mercadotecnia

(Escribano Ruiz, Alcaraz Criado , & Fuentes Merino, 2014, p 2) Describen: Los términos de comercialización, mercadotecnia o marketing son sinónimos, todos ellos hacen referencia a aquellas actividades de la empresa que tiene como objetivo conocer cuáles son las necesidades de los clientes y satisfacerlos.

A la mercadotecnia se le define generalmente como una ciencia, un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos con valores semejantes. Pero de manera concreta definiremos a la mercadotecnia como el conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades de los clientes a través de productos y servicios por medio de estrategias de venta utilizando lo que se conoce como las 4 p's.

- **Producto**

(Espinosa, 2014), puntualiza: “El producto es la variable por excelencia del marketing mix ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa. Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores”.

Por tanto el producto debe centrarse en resolver dichas necesidades y no en sus características tal y como se hacía años atrás, él director de marketing debe tomar decisiones acerca de la cartera de productos, de su estrategia de diferenciación de productos, del ciclo de vida o incluso de lanzamiento de nuevos productos

El "producto", tiene a su vez, su propia mezcla o mix de variables:

- a. Variedad
- b. Calidad
- c. Diseño

- d. Características
- e. Marca
- f. Envase
- g. Servicios
- h. Garantías

- **Precio**

(Espinosa, 2014), afirma: “El precio es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa”.

El precio representa la única variable de la mezcla de mercadotecnia que genera ingresos para la empresa, el resto de las variables generan egresos. Antes de fijar los precios de nuestros productos debemos estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc.

Sus variables son las siguientes:

- a) Precio de lista
- b) Descuentos
- c) Complementos
- d) Periodo de pago
- e) Condiciones de crédito

- **Plaza**

(Pino, 2015) Las Cuatro Ps del Marketing, describe: También conocida como Posición o Distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Sus variables son las siguientes:

- a) Canales
- b) Cobertura
- c) Surtido
- d) Ubicaciones
- e) Inventario
- f) Transporte
- g) Logística

- **Promoción**

(Pino, 2015) Las Cuatro Ps del Marketing, describe como una serie de actividades cuyo objetivo es: informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto. Sus variables son las siguientes:

- a) Publicidad
- b) Venta Personal
- c) Promoción de Ventas
- d) Relaciones Públicas
- e) Tele mercadeo
- f) Propaganda

2.4 Administración

(Hernández & Rodríguez, 2011, p. 10) Definen: La administración consiste en coordinar los elementos internos de la empresa y/o de los organismos sociales hacia determinado fin o propósito en el entorno, en el cual no puede ser administrado puesto que las variables externas dependen de los factores económicos, sociales, tecnológicos

etc., que no es factible controlar. En todo caso la empresa y las organizaciones sociales estudian el entorno y sus tendencias para desarrollar de operación en él.

La administración contribuye al mejoramiento de una planificación organizada para la optimización de los recursos a través de la planeación, ejecución, dirección y control para dar cumplimiento a los objetivos propuestos.

2.4.1 Importancia de la administración

En todas y cada una de nuestras actividades cotidianas, en distintos ámbitos de nuestra vida, necesitamos establecer una Planificación y Metodología de trabajo, teniendo como primer paso fundamental el establecimiento de un punto de partida que es el momento en que surge la iniciativa y se plantea un posible objetivo a alcanzar, mientras que en el camino a ese resultado se requiere de un sistema o técnica que permite brindar las distintas actividades, en forma ordenada y progresiva, a realizar.

2.4.2 Etapas del proceso administrativo

Las etapas del Proceso Administrativo permiten lograr la secuencia de los pasos para una buena planificación y el cumplimiento de los objetivos propuestos. Es la guía para realizar una buena planeación, organización, dirección y control de cualquier institución no importa su actividad económica o su tamaño.

- **Planeación**

Según (Mena, 2014, p 13) Manifiesta que: “la planeación implica que los administradores piensan con antelación sus metas y acciones. Y basan sus actos en algún método, plan o lógica y no corazonadas”.

La planeación es entonces el acto mediante el cual una persona, una institución, un grupo organizan de manera anticipada una situación, evento o acción que ya se sepa que tomará lugar con el objetivo de hacerlo de la mejor manera posible.

- **Organización**

Según (Mena, 2014, p. 16); Describe: “Es el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización de tal manera que estos puedan alcanzar las metas de la organización”.

En toda acción que llevamos a cabo tenemos un punto de partida, que puede ser considerado como la hipótesis de una problemática, teniendo posteriormente un método que consiste en el procedimiento o el conjunto de acciones que se llevan a cabo para demostrar o refutar este punto de partida, y un objetivo que presenta la llegada a una Conclusión en particular.

- **Dirección**

(Mena, 2014, p. 19); Describe: “La dirección implica mandar, influir y motivar a los empleados que realicen tareas esenciales. Las relaciones y el tiempo son fundamentales para las actividades de la Dirección. Los gerentes dirigen tratando de convencer a los demás de que se les unan para lograr el futuro que surge de los pasos de la planificación y de la organización.”

La Dirección es la parte fundamental de la administración donde se guía, orienta, motiva, vigila y se delega autoridad a los subordinados para conseguir resultados efectivos mediante la aplicación de lo planeado, organizado e integrado.

- **Control**

(Mena, 2014, p 21) Describe: “Es la función que permite la supervisión y comparación de los resultados obtenidos esperados originalmente, asegurando además que la acción dirigida se esté llevando a cabo de acuerdo con los planes de la organización y dentro de los límites de la estructura organizacional.”

El Control es el proceso en el cual los encargados de administrar miden y corrigen el desempeño del recurso humano y de la organización si cumplen con las expectativas esperadas, a fin de que permita realizar los correctivos oportunos formulando objetivos y asegurando el logro de los nuevos planes.

2.5 La Contabilidad

(ZAPATA, 2011, p. 8) Define: La contabilidad es la técnica fundamental de toda actividad económica que opera por medio de un sistema dinámico de control e información que se sustenta tanto en un marco teórico, como en normas internacionales. La contabilidad se encarga de un reconocimiento de los hechos que afectan el patrimonio; de la valoración justa y actual de los activos y obligaciones de la empresa, y de la presentación relevante de la situación económico-financiera. Esto se hace por medio de reportes específicos y generales preparados periódicamente para que la dirección pueda tomar las decisiones adecuadas que apunten el crecimiento económico de manera armónica, responsable y ética en las entidades que lo usen.

La contabilidad es una disciplina, cuyo objetivo es clasificar, registrar y resumir la actividad financiera de una empresa o negocio, de tal manera que permita la toma de decisiones en las compañías y negocios; en términos sencillos permite entregar información

económica, la cual nos dice rápidamente la situación actual del negocio, su estabilidad y asimismo su capacidad financiera.

2.5.1 Proceso contable

(Bravo, 2011, p. 33), en su obra Contabilidad General. Detalla: “Denominando también Ciclo Contable constituye la serie de pasos o la secuencia que sigue la información contable desde el origen de la transacción (Comprobantes o documentos fuente) hasta la presentación de los estados financieros”.

El proceso contable se refiere a todas las operaciones y transacciones que registran la Contabilidad en un periodo determinado, regularmente en el año calendario o ejercicio económico, desde la apertura de libros hasta la preparación y elaboración de los estados financieros.

Todo ente recurrentemente efectúa operaciones o actos de comercio como compra venta de bienes o servicios, estos generan, cobro y pagos de cuentas pendientes, depositar y retirar dinero de los bancos, encargar y custodiar bienes, devolver o aceptar devoluciones de bienes, importar materiales, mercaderías o activos fijos, exportar su producción, en fin un número muy amplio. El registro de las operaciones del proceso productivo de transformación debe seguir una secuencia la misma que se presenta a continuación.

2.5.2 Flujo del ciclo o proceso contable

(Zapata, 2011, p. 36). “**Reconocimiento de la operación.**- Implica entrar en contacto con la documentación de sustento de la operación contable (facturas, recibos, notas de crédito, etc.) y efectuar el análisis que conlleva identificar la naturaleza, el alcance de la operación y las cuentas contables afectadas”.

Los documentos fuente constituyen la evidencia escrita que da origen a los registros contables y respaldan todas las transacciones que realiza la empresa, conlleva en la familiarización de documentación, analizarla, identificarla, medir un alcance y definir las cuentas afectadas. La clasificación de los documentos fuente se realiza bajo los siguientes criterios:

- **Por su origen**

Documentos internos: aquellos que deben ser expedidos por la empresa, y por tanto entregados como soporte de la transacción; por ejemplo, factura.

Documentos externos: aquellos que llegan a la empresa como soporte de la ejecución con otras empresas; por ejemplo facturas de compras.

- **Por su importancia**

Documentos principales: aquellos considerados indispensables, en consecuencia, se generan como soporte fundamental de la transacción; por ejemplo, las notas de pedido, las facturas proforma, las actas de entrega recepción, las notas de ingreso o afines, memorandos, etc.

- **Por su formato**

No regulados: aquellos que se expiden bajo un formato preestablecido por la propia empresa.

Regulados: aquellos que se expiden bajo un formato preestablecido por regulaciones de organismos de control gubernamental.

2.5.3 Asiento Contable.

(Zapata, 2011, p. 40). “El asiento contable es la fórmula técnica de anotación de las transacciones bajo partida doble”

Se denomina asiento contable al conjunto de anotaciones o apuntes contables que se hacen en el Libro diario de contabilidad, que se realizan con la finalidad de registrar un hecho económico que provoca una modificación cuantitativa o cualitativa en la composición del patrimonio de una empresa y por tanto un movimiento en las cuentas de una empresa..

Todo asiento contiene:

- Número
- Fecha
- Cuentas o cuentas deudoras y el valor afectado
- Cuenta o cuentas acreedoras y el valor afectado
- Explicación del asiento y el comprobante que origina a la transacción

2.5.4 Jurnalización o registro inicial

(Zapata, 2011, p. 39). Acto de registrar las transacciones por primera vez en libros adecuados mediante la forma de asiento contable y conforme vaya ocurriendo.

Jornalizar una cuenta no es otra cosa que registrar las diferentes operaciones en las cuentas de contabilidad correspondientes.

2.5.5 Mayorización o Mayor General

Según (Zapata, 2011, p. 42). Describe: “Mayorización es la acción de trasladar sistemáticamente y de manera clasificada los valores que se encuentran jurnalizados,

respetando la ubicación de las cifras, de tal manera que si un valor está en el Debe, pasara al Debe de la cuenta correspondiente”.

La Mayorización es la acción de trasladarse sistemáticamente y de manera clasificada los valores que se encuentran en el libro diario respetando la ubicación de las cifras, de tal manera que si un valor está en el Debe, pasará al Debe de la cuenta correspondiente; así también de la cuenta que está en el Haber, pasara al Haber.

2.5.6 Balance de Comprobación

(Zapata, 2011, p. 44). “Lista o extracto de los saldos o del total de los débitos y del total de los créditos de las cuentas en un mayor que tiene por objeto determinar al igual de los débitos y los créditos ausentados y fijar un resumen básico para los estados financieros”.

Un balance de comprobación es un instrumento financiero que se utiliza para visualizar la lista del total de los débitos y de los créditos de las cuentas, junto al saldo de cada una de ellas (ya sea deudor o acreedor). De esta forma, permite establecer un resumen básico de un estado financiero.

2.5.7 Ajustes y reclasificaciones

(Zapata, 2011, p. 51). Los ajustes permiten presentar saldos razonables mediante la depuración oportuna y apropiada de todas las cuentas que, por diversas causas, no presentan valores que pueden ser comprobados y, por ende, no denotan la real situación económica y financiera de la empresa.

Consiste en registrar en el libro diario los asientos de ajuste, con base en la información contenida en la hoja de trabajo, en sus columnas de ajustes; se procede luego a

pasar dichos ajustes al libro mayor, para que las cuentas muestren saldos correctos y actualizados.

2.6 Los Estados Financieros

(Den, 2012), define: La situación de una compañía y los resultados obtenidos se presentan en los estados financieros; ellos muestran en forma cuantitativa el origen y la aplicación de los recursos empleados por la empresa, el resultado obtenido, su desarrollo y su situación actual. Se preparan para dar un informe periódico acerca de la situación de la empresa, los progresos de la administración y los resultados obtenidos durante el periodo que se estudia.

Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado.

(Den, 2012), argumenta además que los estados financieros se formulan por los siguientes propósitos:

- Para informarle a la administración el resultado de la gestión.
- Para informarle a los propietarios la rentabilidad obtenida por su inversión y el grado de solidez de la empresa.
- Para fines crediticios, ya que se presentan con el fin de respaldar un crédito y dar seguridad al prestamista.
- Para cumplir con la ley

2.6.1 Características Cualitativas de los Estados Financieros

(ZAPATA, 2011, p. 61) Manifiesta: “Para que los estados financieros cumplan a cabalidad con el propósito principal para el que se han creado, deben reunir las siguientes características de calidad”.

- **Comprensibilidad.-** Calidad esencial que facilita comprender los aspectos más importantes sin mayor dificultad, aun a usuarios que no tengan cultura contable.
- **Relevancia.-** La información que proporcionan debe permitir a los usuarios identificar los datos más importantes, a partir de los cuales se toman decisiones.
- **Confiabilidad.-** Las cifras que correspondan a los conceptos expuestos deben ser suficientemente razonables es decir; pueden ser comprobables.
- **Comparabilidad.-** Las cifras estarán expresadas en moneda de un mismo poder adquisitivo, a fin de hacerlas comparables al momento de establecer diferencias de un periodo a otro.

2.6.2 Estado de Resultados.

(Zapata, 2011), expresa: El estado de resultados es el informe contable que representa, de manera ordenada, las cuentas de Rentas, Costos y gastos. Se elabora con el fin de medir los resultados y la situación económica de una empresa durante un período determinado.

El estado de resultados, estado de rendimiento económico o estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado

2.6.3 Flujo de Fondos o Flujo de efectivo.

([Glosario de Contabilidad], 2015), define: “El flujo de efectivo, también llamado flujo de caja, o cash flow en inglés, es la variación de entrada y salida de efectivo en un periodo determinado. En otras palabras se puede decir que el flujo de caja es la acumulación de activos líquidos en un tiempo determinado. Por tanto, sirve como un indicador de la liquidez de la empresa, es decir de su capacidad de generar efectivo”.

El flujo de efectivo, también llamado flujo de caja, o cash flow en inglés, es la variación de entrada y salida de efectivo en un periodo determinado. En otras palabras se puede decir que el flujo de caja es la acumulación de activos líquidos en un tiempo determinado..

2.6.4 Balance General Proyectado.

Según él ([Glosario de Contabilidad], 2015), “El balance de situación (o balance general) en el mundo de contabilidad es el resumen de todas las posesiones (activos) y todas las deudas y el capital de una organización en un periodo de contable determinado. En sí, el balance es como una fotografía del patrimonio”.

El balance proyectado es un estado fundamental de la empresa por cuanto nos mostrará en forma anticipada cual será el patrimonio líquido de ésta, a través de un relación valorada de sus activos y pasivos, producto de las acciones que lleve a cabo la entidad durante el período presupuestado.

2.7 Análisis Financiero

(ZAPATA, 2011, p. 414). Manifiesta: El análisis financiero es el conjunto ordenado de acciones, que se hace mediante la lectura crítica, el análisis objetivo y la interrelación

coherente de los datos que constan en los estados financieros y otros elementos complementarios como los presupuestos, que permiten obtener indicadores que debidamente interpretados ayudarían a describir la situación económica y financiera presente y futura de la empresa, con lo que facilitará la toma de decisiones para corregir falencias actuales y prevenir acontecimientos que pudieran afectar los intereses o estabilidad de la empresa. También es un patrón de comparación a nivel sectorial y de tendencias.

El análisis financiero es un proceso que comprende la interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y datos operacionales de la empresa. Para lograr esto se deben realizar cálculos e interpretar porcentajes, indicadores y demás datos para evaluar el desempeño financiero y operacional del negocio.

2.7.1 Documentos Básicos para Realizar el Análisis Financiero

(ZAPATA, 2011, p. 415). Contabilidad General con Base en NIIF. Manifiesta: Además del conocimiento real del negocio y del entorno económico que le permita juzgar con objetividad la situación, el analista debe contar con datos presentes, información del pasado y todo cuanto le sea útil, como:

- Estados financieros del ejercicio presente y del pasado, acompañados de sus respectivas notas explicativas.
- Objetivos, políticas y metas de la empresa.
- Datos presupuestarios de la actividad comercial, económica y financiera.
- En lo posible información financiera de la competencia.
- Cuando no se puedan obtener los estados financieros de la competencia, se optará por lo estados consolidados del sector.

- Si, dado el caso, no se contara con los estados del sector, se tomará como referencia los estados de otras empresas similares o relacionadas con el negocio.
- Estadísticas sectoriales preparadas por los organismos de control y del gobierno.
- Otros estudios de análisis financieros que hayan realizados.

2.8 Técnicas de evaluación financiera

Según (Resnick, 2013). Define: “La evaluación financiera se refiere al proceso por el cual se hacen los cálculos necesarios para determinar si el proyecto es viable desde el punto de vista de la rentabilidad de la inversión”.

Es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo. Las técnicas de evaluación económica son herramientas de uso general.

2.8.1 Punto de equilibrio

(Ortíz, 2014). define: El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

El Punto de Equilibrio es aquel punto de actividad en el cual los ingresos totales son exactamente equivalentes a los costos totales asociados con la venta o creación de un

producto. Es decir, es aquel punto de actividad en el cual no existe utilidad, ni pérdida. Y su aplicación sirve para:

- Planeación de utilidades de un proyecto de inversión.
- Es el nivel de utilización de la capacidad instalada, en el cual los ingresos son iguales a los costos.
- Por debajo de este punto la empresa incurre en pérdidas y por arriba obtiene utilidades.
- Determinación del probable costo unitario de diferentes niveles de producción.
- Determinación de las ventas necesarias para establecer el precio de venta unitario de ventas.
- Determinación del monto necesario para justificar una nueva inversión en activo fijo.
- Determinación del efecto que produce una modificación de más o menos en los costos y gastos en relación con sus respectivas ventas.

Para aplicar este procedimiento es necesario reclasificar los costos y gastos del Estado de Ganancias y Pérdidas de la empresa en dos grupos:

- **Costos fijos:**

Son los que se causan invariablemente con cualquier nivel de ventas. Por ejemplo, el seguro contra incendio de propiedades, planta y equipo, la depreciación por línea recta, sueldos y prestaciones del personal administrativo.

- **Costos variables:**

Son los que se realizan proporcionalmente con el nivel de ventas de una empresa. Por ejemplo, comisión de vendedores y, en general, los gastos relacionados directamente con las ventas.

El punto de equilibrio puede calcularse mediante las siguientes fórmulas:

2.8.3 Tasa interna de retorno (TIR)

(Mesa, 2016), Métodos para la evaluación financiera de proyecto, expresa: “Este indicador es el máximo beneficio que puede esperarse del proyecto y se basa en obtener la tasa que iguale el valor presente de los beneficios con el costo (desembolso inicial), es decir, es la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero.”

Este autor define que la Tasa Interna de Retorno es un indicador más conveniente para conocer la factibilidad de una microempresa. Utilizando dos tasas de redescuento arbitrarias que permita conseguir un VAN positivo y otro negativo. Esto posibilitará obtener una Tasa Interna de Retorno

Denominada tasa Interna de Rendimiento, es la medida más adecuada de la rentabilidad de un proyecto. Evacua el proyecto en función de la única tasa de rendimiento por período con el cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual y su fórmula es la siguiente:

$$TIR = T_i + (T_s - T_i) \frac{VAN_{T_i}}{VAN_{T_i} - VAN_{T_s}}$$

De donde:

TIR = Tasa interna de retorno

VAN T_i = Valor actual neto de la tasa inferior

T_i = Tasa inferior

VAN T_s = Valor actual neto de la tasa superior

T_s = Tasa superior

Cuando se utiliza la tasa interna de retorno para tomar decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Estos criterios garantizan que la empresa ganará al menos el rendimiento requerido tal resultado debe mejorar el valor de mercado de la empresa y por lo tanto la riqueza de sus propietarios.

2.8.4 Beneficio costo

(Pérez, 2013), Relación Beneficio Costo. Recuperado el 19 de 02 de 2016, de Agro proyectos: <http://www.agroproyectos.org/2013/08/relacion-beneficio-costo.html>

expresa: “La relación Beneficio/Costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable (TMAR), a menudo también conocida como tasa de actualización o tasa de evaluación.”

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados.

El índice Beneficio Costo es el valor actual de los flujos de efectivo previstos divididos por la inversión inicial, el índice de rentabilidad o Costo Beneficio nos permite decidir si aceptamos los proyectos con un índice mayor a 1.

Si el índice de rentabilidad es mayor a 1 el Valor Actual es mayor que la inversión y por ende el proyecto debe tener un Valor Actual positivo, este índice conduce a la misma decisión que el índice de Valor Actual Neto.

$$B/C = \frac{\Sigma \text{ Ingresos Actualizados}}{\Sigma \text{ Egresos Actualizados}}$$

2.8.5 Período de recuperación

Según (Bautista, 2011), Métodos y Técnicas de Evaluación de Proyectos. Menciona: “Es el tiempo necesario para cubrir la inversión inicial y su costo de financiación. Se obtiene sumando los flujos netos de caja actualizados, solamente hasta el período en que se supera la inversión inicial.”

El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo requerido para que la empresa recupere su inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo.

Cuando se utiliza el período de recuperación para tomar decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si el período de recuperación es menor que el período de recuperación máximo aceptable, se acepta el proyecto.
- Si el período de recuperación es mayor que el período de recuperación máximo aceptable, se rechaza el proyecto.

2.8.6 Costo de capital (Kp)

Según (Freire, Viejo, & Blanco, 2014).afirman que: “El costo de capital o de oportunidad consiste en establecer el valor de las cosas en términos de renuncia de

otras, o lo que es lo mismo, es el valor de las cosas de acuerdo a aquello que sacrificamos para obtenerlas”.

El costo de capital es la tasa de rendimiento que debe obtener la empresa sobre sus inversiones para que su valor en el mercado permanezca inalterado, teniendo en cuenta que este costo es también la tasa de descuento de las utilidades empresariales futuras.

2.8.7 Tasa de Redescuento (o TMAR)

(Terrazas, 2013); establece: “Se puede decir que siempre que haya una mezcla de capitales (o capital mixto) para formar una empresa, debe calcularse la TMAR de esa empresa como el promedio ponderado de las aportaciones porcentuales y TMAR exigidas en forma individual”.

El cálculo de la tasa de redescuento se emplea el costo de capital (K_p) y la tasa de riesgo de nuestro país, o a su vez la tasa de inflación según sea el sistema actual económico del país. Para esto se aplicará la fórmula de redescuento simple, siendo:

$$i = (1+k_p) * (1+f) - 1$$

De donde:

K_p = costo de capital

f = tasa de inflación o riesgo país

i = tasa de redescuento

2.9 NIIF'S

Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), también conocidas por sus siglas en inglés como IFRS (International Financial Reporting Standard), son unas normas contables adoptadas por el IASB, institución privada con sede en Londres.

Las Normas Internacionales de Información Financiera, comprenden las NIIF, NIC e Interpretaciones del CINIIF o de su predecesor, el antiguo Comité de Interpretaciones SIC; todas estas normas son de propiedad de la Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (IASCF, siglas en inglés) entidad sin fines de lucro; el texto original de aprobación es en el idioma inglés y los derechos de copia de la traducción al español son de la IASCF.

Estas normas se crean con la finalidad de proporcionar una información fidedigna con un margen de error mínimo y que sirva para hacer una respectiva comparación de estados financieros de periodos diferente o entidades externas.

2.10 Ingeniería del proyecto

Según (Meza, 2013, p. 26); manifiesta: “Un mismo producto puede producirse de muchas maneras diferentes, desde el extremo de un proceso manual hasta otro totalmente automatizado. Durante la etapa de perfil se suele definir la tecnología óptima teniendo la certeza que la tecnología adoptada en los análisis previos de factibilidad sea la óptima.”

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permiten el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio, es la etapa donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

2.10.1 Localización

(Jaco M, 2012). “La Localización adecuada de la Empresa que se crearía con la aprobación del Proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión de donde ubicar el Proyecto obedecerá no solo a criterios Económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales, e incluso, de preferencias

emocionales. Con todos ellos, sin embargo, se busca determinar aquella Localización que maximice la Rentabilidad del Proyecto”.

Para determinar la locación óptima del proyecto es necesario tomar en cuenta no solo los factores cuantitativos como pueden ser los costos de transporte de materia prima y el producto terminado sino también los factores cualitativos tales como los apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad, que permitan garantizar que el éxito que garantice una rentabilidad al proyecto.

2.10.2 Determinación del tamaño óptimo

(Meza, 2013, pág. 25) Evaluación financiera de Proyectos. ECOE hace referencia: “Es la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar el volumen de producción óptimo”.

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.

2.10.3 Distribución de la planta

(Salazar, 2012): “La distribución en planta se define como la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicios. Ésta ordenación comprende los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento, los colaboradores directos o indirectos y todas las actividades que tengan lugar en dicha instalación. Una distribución en planta puede aplicarse en una instalación ya existente o en una en proyección”.

La distribución de planta está relacionado con la disposición de las máquinas, los departamentos, las estaciones de trabajo, las áreas de almacenamiento, los pasillos y los espacios comunes dentro de una instalación productiva propuesta o ya existente

2.10.4 Proceso de producción

(Jaco M, 2012) Manifiesta: “El Proceso de Producción se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la Tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación)”.

Un proceso de producción es el conjunto de actividades orientadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios. En este proceso intervienen la información y la tecnología, que interactúan con personas. Su objetivo último es la satisfacción de la demanda.

Es por ello, que resulta muy importante dominar el proceso productivo a partir de sus componentes. El no hacerlo, puede significar que el resultado final no es el deseado, con el consiguiente derroche de materiales, energía, tiempo, y por sobre todo con la insatisfacción del cliente del bien o servicio deseado.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Presentación

El estudio de mercado constituye el punto de partida de la determinación de la viabilidad del proyecto. Es donde se identifican y analizan las condiciones más importantes que actualmente rigen la dinámica del mercado con el fin de encontrar la información, que combinada con los estudios posteriores (técnico, económico y financiero), permita formar una base sólida de información para la toma de decisiones.

Las múltiples ocupaciones y el esfuerzo tanto físico como mental que exige el mundo de hoy, en el que prima la producción económica y el consumismo, ha dado paso a que el hombre deje de lado cuestiones importantes, como es una adecuada alimentación y buenos hábitos de vida, sobre todo, en los países desarrollados. Es por esto que se ha considerado de vital importancia la búsqueda de una fuente alternativa que proporcione energía al organismo y que no cause efectos secundarios, un producto que no solo supla las necesidades de alimento, sino que además brinde los nutrientes necesarios al organismo y que toda la población pueda tener acceso, por eso se ha tomado en consideración la Moringa Oleífera.

Después de haber analizado y conocido las propiedades y beneficios que produce el consumo de la moringa oleífera se observa que su principal función es brindar al organismo fuentes de energía necesaria para su funcionamiento, por lo que el producto está dirigido como un complemento nutricional reconstituyente que podría solucionar problemas de desnutrición, pudiendo a posterior incursionar en otros ámbitos como medicina preventiva o como suplemento vitamínico.

Tomando en cuenta los datos del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi se establece que el 55% de la población cantonal sufre algún grado de desnutrición y que existe una baja inversión para el área rural en salud, es necesario crear políticas y acciones que vayan encaminadas a resolver este grave problema, estos aspectos son de mucha importancia para el proyecto en vista que serán el segmento de mercado al cual estará dirigido el producto que queremos introducir en el mercado.

En el desarrollo del estudio se pretende visualizar el panorama actual del entorno en el cual pretende ingresar el nuevo producto. Se pretende saber o conocer quiénes y cuántos se interesan en el producto, cuánto dinero están dispuestos a pagar por él, quienes ofrecen productos similares, y que interés generan tales productos en los clientes. De esa manera se puede conocer la cantidad de producto que sería necesarias producir y las características con las que debe contar el mismo.

3.2 Objetivos del estudio de mercado

Para la realización del presente estudio de mercado se establece los objetivos que se propone alcanzar al final del mismo:

3.2.1 Objetivo general

Realizar un estudio de mercado que permita verificar la posibilidad real de implementar una empresa de producción y comercialización de moringa oleífera en la zona de Intag, parroquia de García Moreno, cantón Cotacachi.

3.2.2 Objetivos específicos

- Determinar la demanda efectiva del producto (moringa oleífera) dentro de la zona de Intag.

- Establecer la oferta existente en el mercado local de productos de moringa y/o productos similares.
- Identificar la demanda insatisfecha, la cual se pretende cubrir con la producción y comercialización de moringa oleífera.
- Analizar el plan de comercialización (producto, precio, plaza y promoción), para introducir el nuevo producto en el mercado.

3.2.3 Variables del estudio de mercado

Con relación a los objetivos del estudio de mercado se identifica las siguientes variables sujetas a análisis:

- Producto
- Oferta
- Demanda
- Comercialización

3.2.4 Indicadores de las variables del estudio de mercado

De acuerdo con las variables del estudio de mercado se describen sus respectivos indicadores o aspectos significativos que tienen cada una de estas para ser analizado. Los indicadores por cada variable son los siguientes:

a) Producto

Calidad

Variedad

b) Demanda

Precio

Preferencia de consumo

Frecuencia de consumo

Cantidad de consumo

c) Oferta

Competencia actual

Productos sustitutos

d) Comercialización

Presentación

Promoción

Medios de comunicación

Características esenciales

3.3 Matriz diagnóstica del estudio de mercado

Tabla 10 Matriz diagnóstica del estudio de mercado

Objetivos	Variables	Indicadores	Tipo de información	Técnica	Fuente de Información
Determinar la demanda efectiva del producto (moringa oleífera) dentro de la zona de Intag.	Producto	Calidad	Primaria	Encuesta	Población Zona de Intag
		Variedad			Población Zona de Intag
Identificar la demanda insatisfecha, la cual se pretende cubrir con la producción y comercialización de moringa oleífera	Demanda	Precio	Primaria	Encuesta	Población Zona de Intag
		Preferencia de consumo			Población Zona de Intag
		Frecuencia de consumo			Población Zona de Intag
		Cantidad de consumo			Población Zona de Intag
Establecer la oferta existente en el mercado local de productos de moringa y/o productos similares.	Oferta	Competencia actual	Primaria	Encuesta	Población Zona de Intag
		Productos sustitutos			Población Zona de Intag
Analizar el plan de comercialización (producto, precio, plaza y promoción), para introducir el nuevo producto en el mercado	Comercialización	Presentación	Primaria	Encuesta	Población Zona de Intag
		Promoción			Población Zona de Intag
		medios de comunicación			Población Zona de Intag
		características esenciales			Población Zona de Intag

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

3.4 Segmentación del mercado

La segmentación del mercado de la zona de Intag nos permitirá dividir a la población en grupos más pequeños que tengan características y necesidades semejantes, para lo cual utilizaremos variables de estudio como demográficas, geográficas, socio económicas y conductuales.

3.4.1 Variables demográficas

Esta variable es muy utilizada para este tipo de estudios ya que analiza entre otras cosas la edad está ligada directamente con la demanda sexo, edad, estado civil, tamaño del hogar, el ciclo de vida de la familia, los ingresos, la ocupación, el grado de estudio, la religión, la raza etc. Al estar ligada directamente con la demanda para el presente proyecto se hará énfasis al ingreso de los habitantes con la finalidad de conocer el poder de adquisición de la población objeto de estudio.

3.4.2 Variables geográficas

Esta variable permitirá identificar grupos de consumidores específicos ubicados en el área de estudio, para lo cual se tomará en cuenta la población de las parroquias rurales pertenecientes a la zona de Intag.

3.4.3 Variables socio económicas

La aplicación de esta variable permitirá agrupar a las familias de la zona de Intag en categorías de estudio como es: Alto, Medio y Bajo, permitiendo establecer indicadores de rango de problemas de salud como la desnutrición.

3.4.4 Variables conductuales

Esta variable permitirá dividir a las familias residentes en la zona de Intag en grupos de acuerdo con el conocimiento del producto encaminado a determinar la periodicidad o frecuencia de compra del producto que se pretende ingresar al mercado.

Tabla 11 Distribución zonal del Cantón Cotacachi

DISTRIBUCIÓN ZONAL DEL CANTÓN COTACACHI		
Zonas a tomar en cuenta	Urbano	Rural
Parroquias	Cotacachi Quiroga	Apuela García Moreno Peñaherrera Imantag Plaza Gutiérrez Quiroga 6 de Julio Cuellaje Vacas Galindo

Fuente: GAD Cotacachi 2016

Elaborado por: La Autora

Una vez analizadas las zonas de mercado a las cuales estará dirigido el producto, es posible elaborar el perfil del segmento al cual estará encaminado el proyecto. El mercado objetivo para la empresa productora y comercializadora de moringa oleífera, es la población de la zona rural de Intag pertenecientes al Cantón Cotacachi, de esta manera el perfil del segmento se encuentra definido como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 12 Segmentación de la población de la Zona de Intag

Matriz de segmentación de la población zona de Intag, Cantón Cotacachi		
	Criterios de segmentación	Características del cliente
Variables Demográficas	Población	Género, Ingresos
Variables Geográficas	Ubicación geográfica	Parroquias rurales del Cantón Cotacachi (zona de Intag)
Variables Socio Económicas	Segmento de mercado- nivel económico social	Baja Media Alta
Variables Conductuales	Frecuencia de adquisición - compra	Diaria, Semanal, Quincenal, Mensual

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

3.5 Determinación de la muestra

En el presente estudio, el método que se aplicará para seleccionar la muestra será el **Método Aleatorio Simple Estratificado (MASE)**, procedimiento muestral probabilístico que asegura que cada unidad que forma parte de la población meta definida tenga una oportunidad conocida, igual y diferente de cero de ser elegida. Como se puede apreciar en la tabla N° 13, la población universo para el presente proyecto es de un total de 16.443 habitantes; entre las 7 parroquias rurales establecidas en la zona de Intag del Cantón Cotacachi como se observa a continuación:

Tabla 13 Distribución de la población del Cantón Cotacachi

POBLACIÓN DEL CANTÓN COTACACHI			
PARROQUIAS	URBANO	RURAL	TOTAL
Cotacachi	8.848	8.291	17.139
Quiroga		6.454	6.454
Apuela		1.824	1.824
García Moreno		5.060	5.060
Imantag		4.941	4.941
Peñaherrera		1.644	1.644
Plaza Gutiérrez		496	496
Vacas Galindo		698	698
6 De Julio De Cuellaje		1.780	1.780
TOTAL	8.848	31.188	40.036

Fuente: Censo Poblacional INEC 2010

Elaborado por: La Autora

Del total de la población rural de la zona de Intag se realizó el segmento de mercado de la siguiente manera: de los 11.502 habitantes se procede a transformar en unidades familiares dando como resultado de **2.300** familias que serán el objeto de estudio; tomando en cuenta un promedio de 5 miembros por familia, que será el mercado para el cual se diseñará estrategias de comercialización para persuadir su compra.

3.6 Cálculo de la muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra se trabaja con un nivel de confianza del 95% y con un error del 0,05. Como la población es mayor a 50 unidades se determina mediante fórmula estadística, realizando la distribución de las proporciones.

La fórmula para la determinación del tamaño es la siguiente:

$$\frac{Z^2 * \delta^2 * N}{(E^2)(N - 1) + Z^2 * \delta^2}$$

En donde:

“**n**”= tamaño de la muestra

“**N**”= tamaño de la población (familias zona de Intag cantón Cotacachi)

“**δ²**”= varianza 0.5

“**Z**” = nivel de confianza (95% dos colas)= **1.96**

“**E**” = error 0.05

$$\frac{Z^2 * \delta^2 * N}{(E^2)(N - 1) + Z^2 * d^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5)^2 * 2300}{(0.05)^2 * (2300 - 1) + (1.96)^2 * (0.5)^2}$$

$$n = \frac{2208,92}{6,7079}$$

$$n = 329,30 \approx 329$$

Mediante la fórmula se obtuvo 329 encuestas para desarrollar la información del proyecto. Como se mencionó anteriormente el método que se escogió es el método aleatorio estratificado simple donde la cantidad de entrevistados será:

Tabla 14 Distribución aleatoria de la muestra

DISTRIBUCIÓN DE LAS ENCUESTAS METODO (MASE)			
PARROQUIAS	Rural	%	N° Encuestas
Apuela	1.824	16%	52
García Moreno	5.060	44%	145
Peñaherrera	1.644	14%	47
Plaza Gutiérrez	496	4%	14
Vacas Galindo	698	6%	20
6 De Julio De Cuellaje	1.780	15%	51
TOTAL	11.502	100%	329

Fuente: GAD Cotacachi 2016

Elaborado por: La Autora

3.7 Fuentes de información

La recopilación de información del presente proyecto se desarrolló mediante la aplicación de técnicas de investigación de campo considerándose la población de la zona de Intag como directa relacionada con el proyecto a quienes en la investigación se las identifica como fuentes primarias.

Las fuentes secundarias se obtienen mediante la consulta de fuentes bibliográficas y otras escrita o virtuales.

3.7.1 Información primaria

La información primaria es aquella que se la obtiene de fuentes directas como son beneficiarios directos como indirectos que abarca el proyecto. Para la obtención de la información primaria se utilizaron las siguientes técnicas de investigación.

Para la investigación las fuentes primarias están integradas por 2300 familias que habitan las seis parroquias rurales pertenecientes a la zona Intag del Cantón Cotacachi.

3.7.1.1 Encuestas

Se realizaron encuestas orientadas a recolectar información a los potenciales consumidores de moringa oleífera, de la zona de Intag cantón Cotacachi.

3.7.1.2 Entrevistas

Para obtener información de profesionales especializados o personas que se dedican a la producción y comercialización de moringa oleífera.

3.7.1.3 Observación directa

Se utilizó la observación directa para la recolección de información básica para lo cual se realizó visitas a las diferentes cultivos que se realizan en la zona de Intag con la finalidad de evidenciar si existen cultivos similares en el área de influencia del proyecto.

3.7.2 Información secundaria

Para la obtención de información secundaria se utilizó instrumentos como:

- Documentos
- Información de Internet

3.8 Evaluación y análisis de la información

Luego de haber realizado las encuestas aplicadas a las familias de la zona de Intag en un número de tres cientos veinte y nueve (329), se procesa la información para determinar la necesidad de creación de la pequeña empresa dedicada a la producción y comercialización de moringa oleífera en la parroquia rural de García Moreno, cantón Cotacachi, se obtienen los siguientes resultados.

En su familia se consume algún suplemento vitamínico?

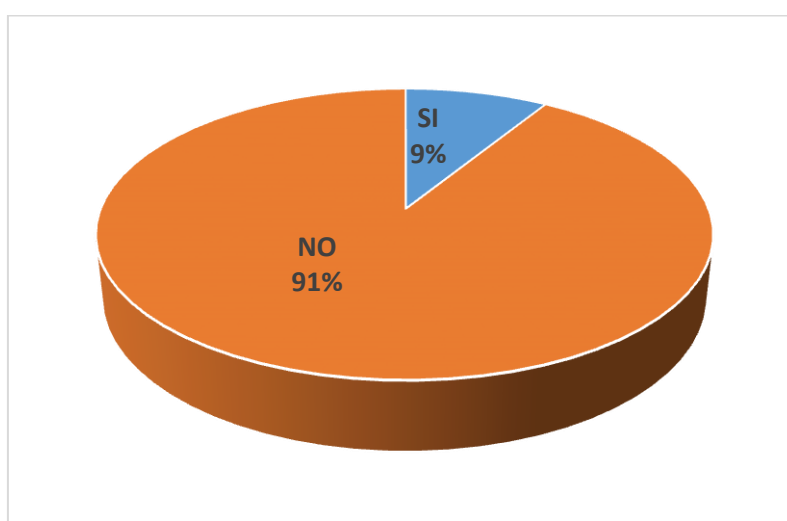
Tabla 15 Consumo de suplemento vitamínico

Alternativa	Frecuencia
SI	29
NO	300
TOTAL	329

Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

Gráfico 8 Consumo de suplementos vitamínicos



Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

De los datos obtenidos en las encuestas realizadas a la población de la zona de Intag se determina que la mayoría de los habitantes no consume ningún suplemento vitamínico corroborando la información establecida en el diagnóstico del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi en la que afirma que más del 55% de la población tiene algún grado de desnutrición.

Si tuviera la oportunidad de consumir suplementos vitamínicos, cual sería de su preferencia?

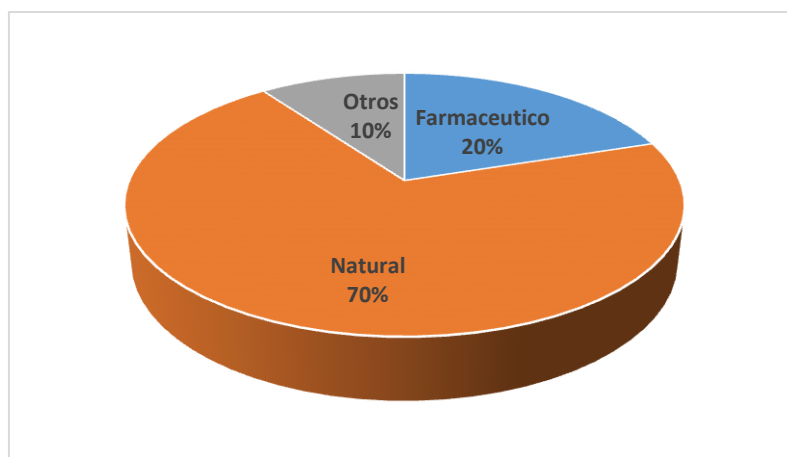
Tabla 16 Preferencia de suplementos vitamínicos

Alternativa	Frecuencia
Farmacéutico	66
Natural	230
Otros	33
TOTAL	329

Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

Gráfico 9 Preferencia de suplementos vitamínicos



Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

De los datos obtenidos en las encuestas realizadas a las familias de la zona de Intag se evidencia que la gran mayoría de ellas tiene la tendencia de consumir productos de carácter natural, todo esto en concordancia con la declaratoria del Cantón Cotacachi como un cantón ecológico y con sus costumbres ancestrales que mantiene la población de consumir productos agro ecológicos y libre de productos químicos, información que es de mucha relevancia para el estudio técnico del proyecto en lo referente a producción y procesamiento.

Conoce usted la planta moringa oleífera?

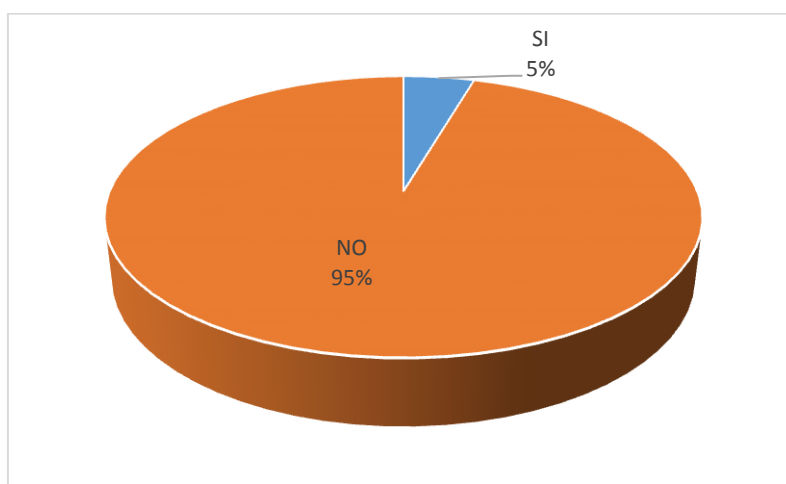
Tabla 17 Conocimiento de la planta moringa oleífera

Alternativa	Frecuencia
SI	15
NO	314
TOTAL	329

Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

Gráfico 10 conocimiento de la planta moringa oleífera



Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a la tabla 17 se establece que un 95% de las familias de la zona de Intag no conocen la planta llamada moringa oleífera y por ende de las propiedades beneficiosas para la salud, por lo que será necesario realizar una campaña de socialización de los beneficios de esta planta para la salud humana y para el suelo de cultivo por medio de las juntas parroquiales con la finalidad de llegar a la mayor cantidad de población quienes serán nuestros futuros adquirientes del producto que se pretende comercializar.

Considerando que la moringa oleífera contiene gran valor nutricional, estaría dispuesto a consumirla?

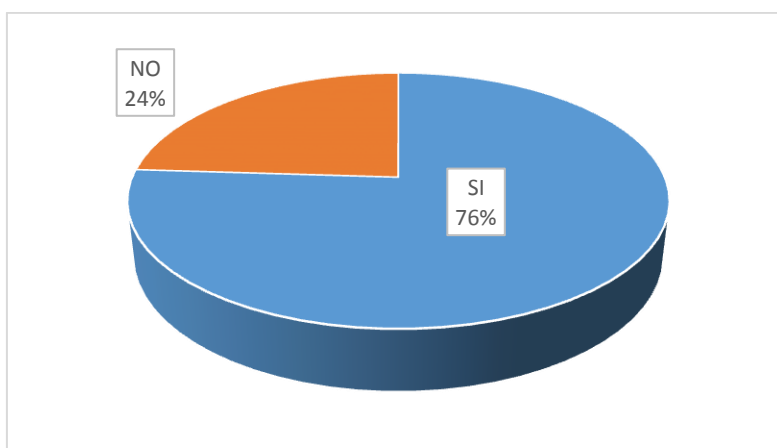
Tabla 18 Consumo de la planta moringa oleífera

Alternativa	Frecuencia
SI	250
NO	79
TOTAL	329

Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

Gráfico 11 Consumo de la planta moringa oleífera



Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

Considerando que la mayor parte de la población de la zona de Intag desconoce la planta y por ende sus propiedades alimenticias y luego de una socialización donde se dé a conocer los beneficios que conlleva el consumo de esta planta las tres cuartas partes de la población si está dispuesta a consumir y un número considerable es reacea por lo que se deberá tomar otras medidas de acercamiento para llegar a esta población con la finalidad de que ha futuro sean nuestros potenciales clientes del producto.

Que cantidad en gramos de moringa oleífera estaría en capacidad de adquirir mensualmente?

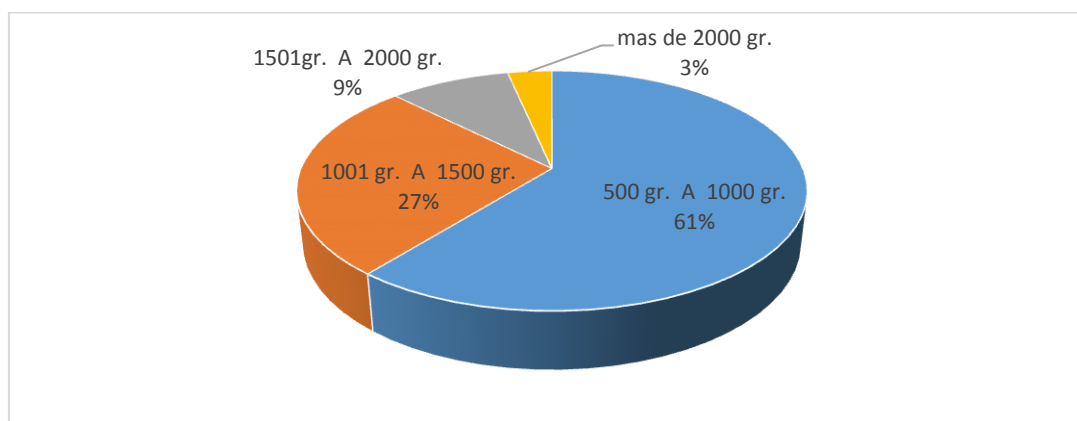
Tabla 19 Cantidad de consumo de moringa oleífera (gramos)

Alternativa	Frecuencia	Xm	FXm
500 gr. A 1000 gr.	200	750,00	150000,00
1001 gr. A 1500 gr.	88	1250,50	110044,00
1501gr. A 2000 gr.	30	1750,50	52515,00
más de 2000 gr.	11	1501,00	16511,00
TOTAL	329		329070,00

Elaborado por: La Autora

$$X = \frac{\sum Xm.f}{n} = \frac{329070}{329} = 1000,21 \rightarrow 1000 \text{ gr.}$$

Gráfico 12 Cantidad de consumo de moringa oleífera (gramos)



Fuente: Población Zona de Intag
Elaborado por: La Autora

De los datos obtenidos en las encuestas se observa que la mayoría de la población de la zona de Intag está dispuesta a consumir de 500 a 1000 gramos, seguida muy de cerca por el consumo de 1000 a 1500 gramos y en porcentaje muy menores en otras cantidades por lo que realizando los cálculos matemáticos se establece que el promedio de consumo será de 1000 gramos que será tomado en cuenta para la presentación del producto al mercado.

Qué precio estaría dispuesto a pagar en USD por el producto que se pretende comercializar?

Tabla 20 Precio de compra del producto de moringa oleífera

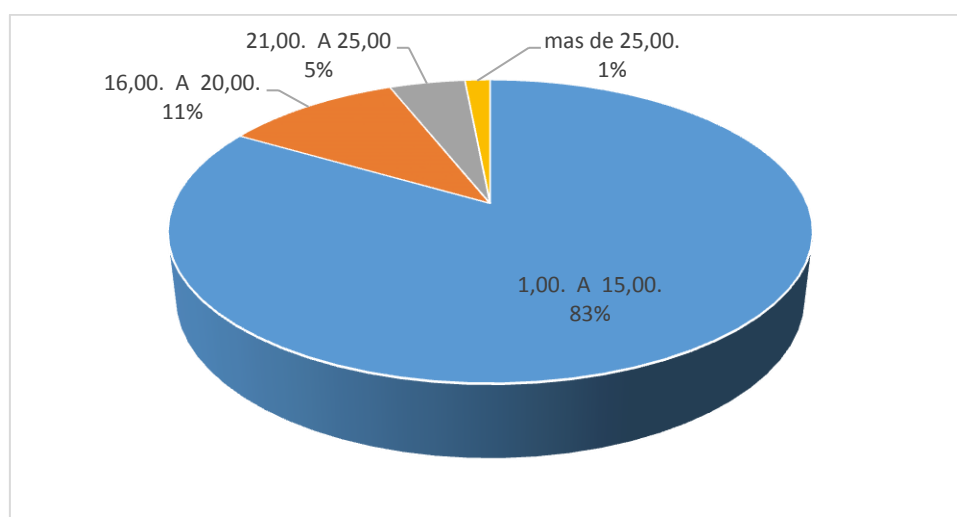
Alternativa	Frecuencia	Xm	FXm
1,00. A 15,00.	276	8,00	2208,00
16,00. A 20,00.	35	18,00	630,00
21,00. A 25,00	15	23,00	345,00
Más de 25,00.	5	25,00	125,00
TOTAL	331		3308,00

Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

$$X = \frac{\sum Xm.f}{n} = \frac{3308}{329} = 9,99 \rightarrow 10,00 \text{ USD.}$$

Gráfico 13 Precio de compra del producto de moringa oleífera



Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

Del análisis establecido se desprende que el precio promedio que las familias de la zona de Intag estarían dispuestas a pagar por el producto de 1000 gramos promedio establecido en la preferencia de consumo es de 10,00 dólares, valor que se tomará en cuenta en el estudio para la determinación del precio de venta del producto.

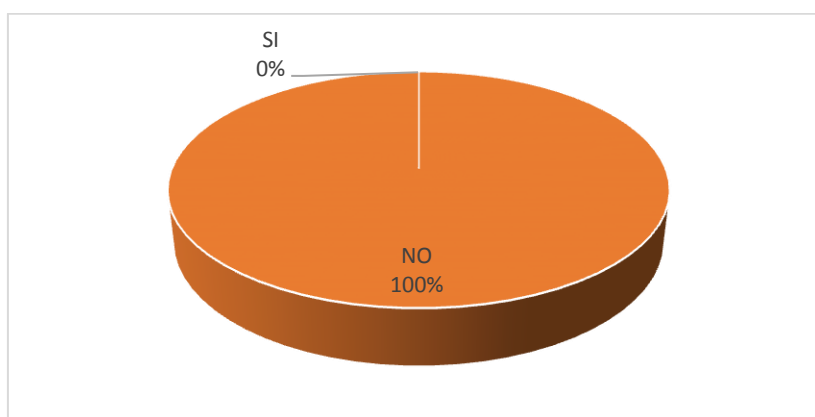
Conoce Usted si en la zona de Intag existe alguna empresa o emprendimiento que produzca y comercialice moringa oleífera?

Tabla 21 Existencia de competencia en la zona de Intag

Alternativa	Frecuencia
SI	0
NO	329
TOTAL	329

Fuente: Población Zona de Intag
Elaborado por: La Autora

Gráfico 14 Existencia de competencia en la zona de Intag



Fuente: Población Zona de Intag
Elaborado por: La Autora

De la información obtenida en la tabla 21 se evidencia claramente que en la zona de Intag no existe otro emprendimiento o empresa dedicada al cultivo y procesamiento de la planta moringa oleífera, lo que es beneficioso para el proyecto productivo en vista que no tendrá competencia directa para el ingreso del producto que se comercializará en el mercado objetivo de la zona Intag.

Que características esenciales debe tener el producto para ser comercializado?

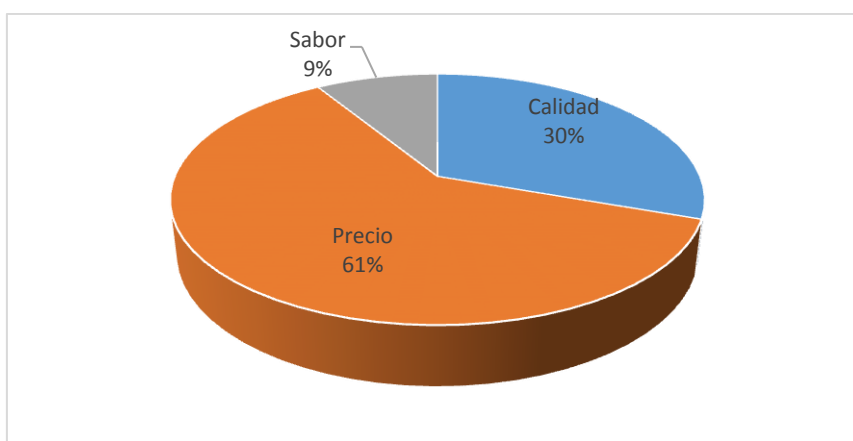
Tabla 22 Características del producto

Alternativa	Frecuencia
Calidad	100
Precio	200
Sabor	29
TOTAL	329

Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

Gráfico 15 características del producto



Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

De los factores analizadas en las características esenciales que debe tener el producto que se pretende comercializar en la zona de Intag se evidencia en la tabla 22 que la población se inclina por el factor precio seguido del factor calidad aspectos importantes que se toman en cuenta para la presentación del producto en el mercado que estará marcado por estas dos factores que determinaran la presentación y precio del producto, en vista que la población busca productos de calidad a precios asequibles.

En qué presentación le gustaría adquirir el producto de moringa oleífera?

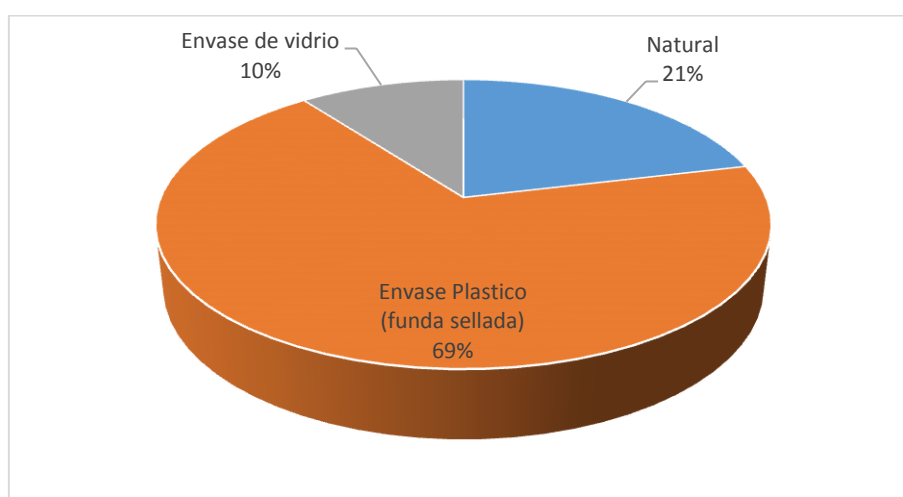
Tabla 23 Presentación del producto de moringa oleífera

Alternativa	Frecuencia
Natural	70
Envase Plástico (funda sellada)	225
Envase de vidrio	34
TOTAL	329

Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

Gráfico 16 Presentación del producto de moringa oleífera



Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

De las encuestas realizadas se observa que la mayoría establece que le gustaría adquirir el producto en envase plástico (funda sellada), así como también de forma natural por la facilidad que conlleva para el almacenamiento y mantenimiento del producto en vista que no necesita refrigeración; por los datos obtenidos se establece que la presentación del producto a comercializar se lo hará en funda sellada.

Por qué medio de comunicación le gustaría que se diera a conocer el producto?

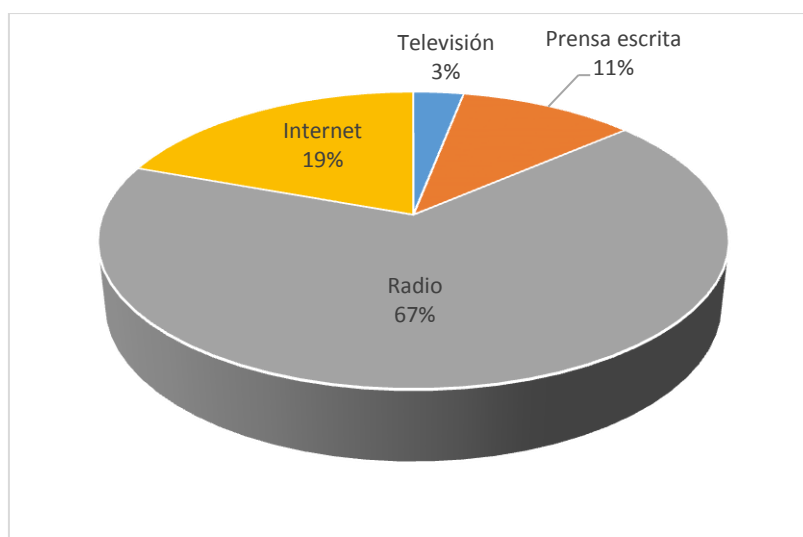
Tabla 24 Medio de comunicación de preferencia

Alternativa	Frecuencia
Televisión	10
Prensa escrita	35
Radio	220
Internet	64
TOTAL	329

Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

Gráfico 17 Medio de comunicación de preferencia



Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

De las encuestas aplicadas a las familias de la zona de Intag y de acuerdo a los datos obtenidos en la tabla 24 se observa que la mayor parte se inclina a que la información acerca del producto se lo realice por medio de la radio que existe en la zona y por medio del internet que son los canales de comunicación que más se utilizan, en vista que muy pocas personas tienen acceso a televisión por servicio de cable a través de CNT y en la zona no existe prensa escrita que circule en las parroquias rurales del cantón Cotacachi.

Qué tipo de promoción le gustaría recibir al momento de adquirir el producto?

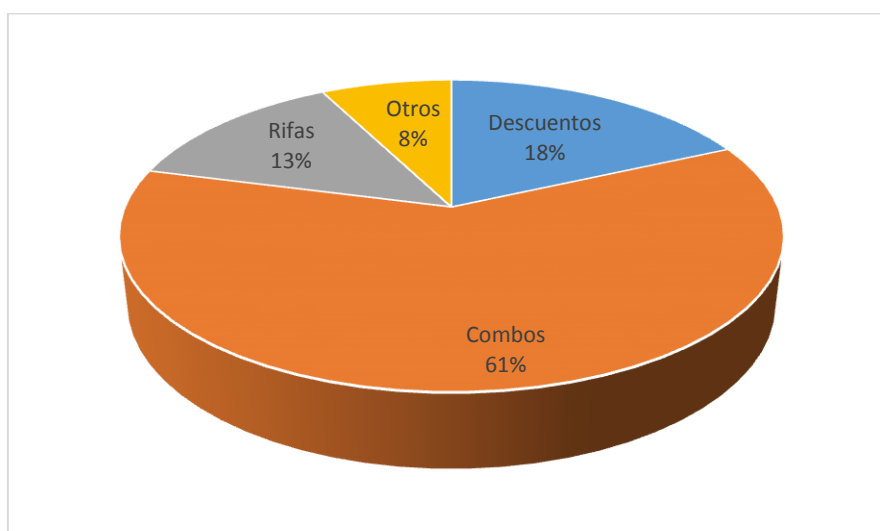
Tabla 25 Promociones del producto

Alternativa	Frecuencia
Descuentos	60
Combos	200
Rifas	44
Otros	25
TOTAL	329

Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

Gráfico 18 Promociones del producto



Fuente: Población Zona de Intag

Elaborado por: La Autora

Analizada la información obtenida mediante las encuestas realizadas en las seis parroquias rurales del cantón cotacachi pertenecientes a la zona de Inatag se establece que la mayoría de las familias coinciden que dentro de las promociones que se debería implementar para la introducción del producto en el mercado objetivo son los combos por lo que dentro de las estrategias de comercialización que se establezcan se aplicaran estas sugerencias así como descuentos por la adquisición de dos o más productos con la finalidad de satisfacer a otro gran número de familias que sugieren este beneficio.

3.9 Análisis de la Demanda

Para el análisis de la demanda del presente proyecto se determinará la cantidad de productos de moringa oleífera necesita el mercado de la zona de Intag para satisfacer la demanda en el momento actual y durante la vida útil del proyecto que para el efecto será de cinco años.

3.9.1 Demanda potencial

Tomando en cuenta que el producto a base de moringa es un suplemento vitamínico que no tiene implicaciones negativas en su consumo para las personas de todas las edades, se considera como demandantes potenciales a todas las familias de la zona de Intag; para lo cual es necesario proyectar su población para el periodo de la vida útil del proyecto.

Como no se tiene una tasa de crecimiento poblacional establecida para cada parroquia rural se trabaja con la tasa promedio de crecimiento del cantonal que servirá de base para la proyección de la población rural.

Tabla 26 Población del cantón Cotacachi 2010 - 2016

Nombre de cantón	COTACACHI	
Código	1003	
Año	Población	tasa de crecimiento
2010	41.727	
2011	42.012	0,683%
2012	42.291	0,664%
2013	42.565	0,648%
2014	42.831	0,625%
2015	43.087	0,598%
2016	43.333	0,571%
Total tasa de crecimiento		3,789%
Promedio tasa de crecimiento		0,541%

Fuente: Proyección de la Población cantonal 2010-2020 (INEC)

Elaborado por: La Autora

Con el dato obtenido se procede a proyectar la población de las parroquias rurales de la zona de Intag con la finalidad de tener la población estimada para la vida útil del proyecto con una tasa de crecimiento poblacional del 0,541% anual.

Tabla 27 proyección de la población de la zona de Intag

PARROQUIAS	año 2010	año 2017	año 2018	año 2019	año 2020	año 2021
Apuela	1.824	1.834	1.844	1.854	1.864	1.874
García Moreno	5.060	5.087	5.115	5.143	5.170	5.198
Peñaherrera	1.644	1.653	1.662	1.671	1.680	1.689
Plaza Gutiérrez	496	499	501	504	507	510
Vacas Galindo	698	702	706	709	713	717
6 De Julio De Cuellaje	1.780	1.790	1.799	1.809	1.819	1.829
TOTAL	11.502	11.564	11.627	11.690	11.753	11.817

Fuente: Proyección de la Población cantonal 2010-2020 (INEC)

Elaborado por: La Autora

De acuerdo con el INEC las familias a nivel nacional están conformadas por cinco individuos promedio se procede a dividir el total de la población de la zona de Intag para el promedio con la finalidad de establecer el número potencial de familias consumidoras del producto a comercializar, obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 28 Proyección del número de familias de la zona de Intag

PARROQUIAS	año 2010	año 2017	año 2018	año 2019	año 2020	año 2021
Apuela	365	367	369	371	373	375
García Moreno	1.012	1.017	1.023	1.029	1.034	1.040
Peñaherrera	329	331	332	334	336	338
Plaza Gutiérrez	99	100	100	101	101	102
Vacas Galindo	140	140	141	142	143	143
6 De Julio De Cuellaje	356	358	360	362	364	366
TOTAL	2.300	2.313	2.325	2.338	2.351	2.363

Fuente: Proyección de la Población cantonal 2010-2020 (INEC)

Elaborado por: La Autora

Tomando en cuenta los datos obtenidos en la encuesta se establece que el promedio de consumo de moringa oleífera de las familias de la zona de Intag será de 500 gramos equivalente a un ½ kilogramo por cada una, con una frecuencia de compra mensual, obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 29 Proyección de la Demanda en Kg de moringa oleífera

PARROQUIAS	año 2017	año 2018	año 2019	año 2020	año 2021
Apuela	4.401	4.425	4.449	4.473	4.497
García Moreno	12.210	12.276	12.342	12.409	12.476
Peñaherrera	3.967	3.988	4.010	4.032	4.054
Plaza Gutiérrez	1.197	1.203	1.210	1.216	1.223
Vacas Galindo	1.684	1.693	1.703	1.712	1.721
6 De Julio De Cuellaje	4.295	4.318	4.342	4.365	4.389
TOTAL	27.754	27.904	28.055	28.207	28.360

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

3.10 Análisis de la Oferta

Con el objetivo de conocer la realidad del mercado es necesario establecer la oferta o competencia existente, que para el presente proyecto de acuerdo con la encuesta realizada se determinó que en la zona de Intag no existe empresa o emprendimiento que se dedique al cultivo y comercialización de moringa oleífera, determinándose que para el presente proyecto no existe competencia y tampoco existe productos de características iguales o similares.

3.11 Balance oferta Demanda de la moringa oleífera

Se llama demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta. , al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta, en la siguiente tabla se presenta un resumen de la demanda insatisfecha, que existe en la zona de Intag de moringa oleífera.

Tabla 30 Demanda Insatisfecha en Kg de moringa oleífera

AÑO	Demanda (Kg)	oferta (Kg)	demanda Insatisfecha (Kg)
2017	27.754	-	27.754
2018	27.904	-	27.904
2019	28.055	-	28.055
2020	28.207	-	28.207
2021	28.360	-	28.360

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

Del análisis realizado entre la Demanda y oferta existente se concluye que existe demanda insatisfecha del suplemento vitamínico de moringa oleífera en la zona de Intag, esto demuestra que la factibilidad de incursionar en el mercado existe, información clave para el desarrollo de las siguientes etapas del proyecto productivo.

3.12 Plan de Comercialización

Con el propósito de garantizar que el producto esté al alcance absoluto de todos los potenciales clientes es necesario implementar un Plan de Comercialización. Para efectos de diseñar el plan de comercialización o el conocido marketing mix es necesario considerar que los factores que se deben tomar en cuenta principalmente son: producto, precio, plaza y promoción. Para dicho efecto se considera también información proveniente de algunas preguntas incluidas de las encuestas en las cuales se determina: los gustos y preferencias, la frecuencia del consumo de los suplementos, la oscilación del precio justo por el producto recibido, la percepción de la calidad del producto que actualmente utilizan, etc.

3.12.1 Producto

El producto que ofrecerá la empresa es el suplemento vitamínico natural en hojas deshidratadas a base de moringa para las familias de la zona de Intag, el mismo que contendrá un alto contenido de proteínas, vitaminas y minerales. El cual va a ser comercializado en funda plástica empacada herméticamente, con un peso de 500 gramos.

- La moringa tiene un gran potencial medicinal, que durante mucho tiempo ya se ha estado utilizando. Todas las partes de esta planta, corteza, hojas, raíz, frutos (vainas), flores, semillas, o aceite de semillas, se han utilizado para curar o prevenir varias enfermedades.

- Las flores también son comestibles, y se pueden servir en ensaladas. En éstas encontramos gran cantidad de vitaminas, minerales, aminoácidos, y proteínas. Y por último las raíces de la Moringa, que son gruesas y muy parecidas a la zanahoria.
- La moringa es un árbol originario de la India, que suele medir más o menos unos 10 metros de altura. Es uno de los alimentos más completos que existen actualmente, contiene vitamina C, Vitamina A, gran cantidad de potasio, proteínas, hierro, fósforo, y muchas otras propiedades. Podríamos decir que es el alimento con más aporte de vitaminas, potasio, y proteínas que tenemos.
- Si tomamos regularmente las hojas, y las vainas de la moringa, tendremos el aporte de vitaminas y minerales recomendado en el organismo.
- La Moringa contiene gran cantidad de antioxidantes, Vitamina A, Vitamina C, Vitamina E, que evitan el efecto de los radicales libres en el organismo, retrasando el envejecimiento.
- Las hojas y vainas de la Moringa aportan gran cantidad de nutrientes al organismo, multivitaminas, aminoácidos, y minerales tales como, el calcio, cromo, cobre, hierro, magnesio, manganeso, molibdeno, selenio, y zinc.

La presentación del producto de Suplemento será en funda de plástico tipo ziploc como lo indica en la **(Ilustración N° 3)**. Se lo comercializara en cantidades de 500 gr. siendo este de preferencia de los consumidores; además contará con una etiqueta la cual llevará información detallada de: logotipo de la empresa, nombre del producto. Beneficios, fecha de elaboración y expedición, dirección y teléfono de la empresa.

Ilustración 3 Presentación del producto



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

Ilustración 4 Logotipo del producto



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

La marca Imbamoringa nace de la combinación de la palabra Imbabura y la palabra Moringa, denota la primera marca de venta y comercialización de moringa en la zona de Intag.

La presentación del logotipo representa los colores de la bandera de Imbabura para darle énfasis a los productos Imbabureños, al inicio posee una hojita de moringa para darle un toque de naturaleza, y la palabra moringa, que es el nombre de la planta en un tono verde para no perder el tono de naturaleza y representa armonía con el eslogan de la zona de Intag que dice: “Zona de Intag, corazón verde del mundo”.

Las letras se presentan en un tamaño impactante para realzar y enfatizar la marca, y resaltar los colores de la naturaleza; “Suplemento Alimenticio Orgánico” slogan que nace de las características extraordinarias que posee esta planta para el consumo humano, atribuido a la Moringa.

El nombre y slogan hacen la combinación de lo que el producto es, es Imbabureño, denota el nombre de la planta y se hace énfasis a los atributos espectaculares que tiene esta planta con el slogan, se espera poder llegar a las personas y lograr que tanto el nombre y slogan queden marcados en cada persona que lo lea.

3.12.2 Precio de venta

El precio es el valor monetario por la compra de un bien o servicio. Para establecer el precio del producto se ha tomado en cuenta los siguientes parámetros.

- Un precio accesible al cliente, tomando en cuenta el criterio del consumidor final realizado en las encuestas.
- El precio que se le da al producto debe estar considerado en base a la competencia que exista en el mercado.
- Para establecer el precio, tomamos en cuenta los costos de producción del producto y el porcentaje de utilidad que requiere la empresa para lograr mantenerse, obteniendo una utilidad admisible.
- Además se tomará en cuenta la posición del cliente sobre el producto, la complacencia o agrado que tiene por adquirirlo, las condiciones de calidad que debe reunir el producto para ser reconocido en el mercado.
- Se establecerá el precio tomando en cuenta las normas jurídicas que rigen el mercado.

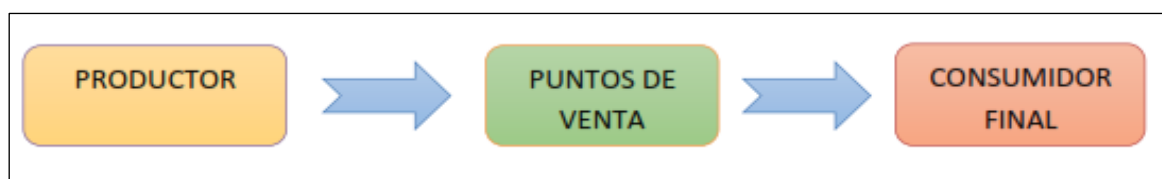
3.12.3 Plaza

La plaza es el lugar de donde será comercializado el producto en este caso el suplemento vitamínico de moringa llegara al mercado local, disponible para el consumo de todos los miembros de las familias de la zona de Intag, la ubicación de la planta productora y comercializadora de suplemento vitamínico “IMBAMORINGA CIA. LTDA.” Se ubicara en la Parroquia Rural de García Moreno, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura, y poseerá puntos de venta en todas la parroquias pertenecientes a la zona de Intag.

Una vez determinado ya el tipo de producto que se ofrecerá, es necesario ponerlo a disposición del consumidor. Para ello es importante optar por una distribución, adecuada que permita que el producto recorra los diferentes caminos, etapas, hasta llegar al consumidor final.

En este caso se aplicara un canal indirecto puesto que se va a distribuir hacia los puntos de venta hasta llegar al consumidor final. Para lo cual la empresa contara con un agente vendedor y un vehículo el cual facilitara la distribución del producto.

Ilustración 5 Canal de distribución directo



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

3.12.4 Publicidad y promoción

Se conoce como Publicidad a aquella técnica destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación (televisión, cine,

radio, revistas, Internet) con el objetivo de motivar al público hacia una determinada acción de consumo. La publicidad informará al consumidor potencial de un bien o servicio acerca de los beneficios que presenta este y resaltarán las diferencias que lo distinguen de otras marcas.

Al ser un proyecto nuevo la promoción será una de los aspectos más importantes, donde se determinara la publicidad mediante campañas publicitarias mediante la radio, como resultado de las encuestas realizadas, se determinó de cómo se promocionará el producto y es mediante combos que consiste en dar descuentos por la compra mayor a cinco unidades, beneficios que serán adjudicados a los clientes al momento de adquirir el producto.

La publicidad se realizará en la radio “Intag 96.7 FM” con salidas de 45 segundos, por 10 salidas al día, su horario de salida está entre las 6 am y las 6 pm. La estación radial pertenece a la zona, el servicio radial se pretende realizar de la forma antes mencionada durante un periodo de tiempo de 5 meses, para los siguientes 7 meses se utilizara 8 salidas. En caso de requerir nuevamente este medio para dar a conocer alguna oferta sobre el producto se contratara nuevamente por el periodo de tiempo requerido.

CUÑA PUBLICITARIA

Cuida tu salud consumiendo suplemento vitamínico a base de moringa, que te brindan vitaminas, minerales, aminoácidos, y proteínas manteniendo tu cuerpo más sano. Qué esperas para adquirir el nuevo suplemento vitamínico en los puntos de venta de las Parroquias de la zona, IMBAMORINGA suplemento 100% natural hecho para ti.
Planta de producción Parroquia de García Moreno. Celular: 0959899691

PROMOCIÓN: La promoción servirá como un elemento importante para incentivar, persuadir y recordar al mercado sobre la existencia del producto, permitiendo de esta manera llegar a los consumidores. La estrategia que se utilizara será la muestra gratis que permitirá dar a conocer nuestro producto.

- **Muestras gratis:** esta estrategia es utilizada especialmente para productos que se lanzan por primera vez al mercado, como es el caso de IMBAMORINGA CIA LTDA, Las muestras gratis se realizarán en sitios estratégicos de la zona de Intag, para brindar una degustación al posible consumidor y así conozca las características y beneficios del mismo.
- La creación de una página web es una excelente estrategia, ya que en la actualidad el uso de la tecnología se ha convertido en el medio más importante para dar a conocer un producto nuevo, puesto que atraviesa fronteras y se puede conquistar nuevos mercados, además está en constante cambio.

3.13 Conclusiones del estudio de mercado

Una vez concluido el estudio de mercado se llega a las siguientes conclusiones:

- La información del estudio de mercado permite concluir que en la zona de Intag no existe empresas o emprendimientos que se dediquen a la producción y comercialización de la planta moringa oleífera, por lo que se establece una demanda por satisfacer muy significativa lo que hace atractiva la implementación del proyecto.
- La implantación del proyecto de producción y comercialización de moringa oleífera en la parroquia rural de García Moreno es factible en vista que existe un gran interés de los potenciales consumidor hacia el producto por ser orgánico, natural y exequible para la economía del sector.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Presentación

El estudio técnico tiene como propósito fundamental determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para una empresa. En el presente proyecto para la producción y comercialización de la planta moringa oleífera.

Es así que el estudio técnico proveerá de información referente al tamaño y localización de la planta de producción, monto de inversiones y costos de operación, disponibilidad de mano de obra, insumos, materia prima y la tecnología que demandará el proyecto con la finalidad de establecer las condiciones adecuadas para que el proyecto sea más eficiente.

4.2 Tamaño del proyecto

En el presente estudio se definirá como tamaño del proyecto, a la capacidad de producción instalada, capacidad utilizada es decir, el volumen de unidades que pueden ser producidas durante un período de tiempo determinado, así mismo la capacidad de reserva, la participación en el mercado y la capacidad financiera del proyecto durante la vida útil del proyecto.

El tamaño de un proyecto necesariamente es una decisión a largo plazo, su importancia radica principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la rentabilidad que podría generar la implementación de la presente proyecto, y en el aprovechamiento del árbol de moringa en la zona de Intag.

4.2.1 Capacidad Instalada

Es el rendimiento que puede alcanzar el proyecto en un periodo de tiempo determinado; y haciendo la consideración del caso en cuanto al área que se tiene destinado para la producción se estima que se producirá 39.375 Kg de hoja de moringa al año de acuerdo.

Para determinar la producción en función de la capacidad instalada se considera una producción de 0,5 Kg por planta con una periodicidad de corte de cada 7 semanas.

Las características de estimación de la producción de la biomasa fresca por corte y hectárea así se aprecian en la siguiente tabla:

Tabla 31 Capacidad Instalada

500,00	Gr / planta
25.000,00	Plantas /ha
12.500.000,00	gr/ha
12.500,00	kg/ha
87.500,00	kg/ha /Año
43.750,00	Proceso de secado (-50% del volumen)
4.375,00	Tamizaje (-5% del volumen)
39.375,00	Materia prima para producción

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

4.2.2 Capacidad utilizada

Es el rendimiento o el nivel de producción con el que se va a trabajar, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. Para el presente proyecto se considera el nivel de producción que corresponde al área que se utilizará efectivamente para el proyecto como es 6.000 m² de los cuales se inicia con 5000 m²

y de igual forma se estima realizar un corte cada siete semanas obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 32 Capacidad utilizada

500,00	gr/plantas
12.500,00	plantas/ha
6.250.000,00	gr/ha
6.250,00	kg/ha
43.750,00	kg/ha /Año
21.875,00	Proceso de secado (-50% del volumen)
2.187,50	Tamizaje (-5% del volumen)
19.687,50	Materia prima para producción

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

4.2.3 Capacidad de reserva

Representa la capacidad de producción que no se utiliza normalmente y que permanece en espera de que las condiciones del mercado mejoren para poder incrementar la producción.

Tabla 33 Capacidad de reserva

AÑO	Capacidad Instalada (Kg.)	Capacidad Utilizada (Kg.)	Capacidad De Reserva (Kg.)	Porcentaje De Reserva
2.017	39.375	19.688	19.688	50%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

4.2.4 Tamaño del mercado

De acuerdo a los datos que se obtuvo mediante el estudio de mercado, se determina la cantidad de productos a producir y así el tamaño de la planta de producción y comercialización de moringa, se puede también basar tanto en la demanda presente y en la

futura, y para el caso en estudio se estima de acuerdo a la cantidad demandada y la disponibilidad del área de terreno existente.

Tabla 34 Participación en el mercado

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	PRODUCCIÓN ANUAL (Kg)	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
2017	27.754	19.687,50	71%
2018	27.904	22.050,00	79%
2019	28.055	24.412,50	87%
2020	28.207	25.200,00	89%
2021	28.360	27.562,50	97%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

4.2.5 Capacidad financiera del proyecto

La disponibilidad de los Recursos Financieros es un limitante en la ejecución de un proyecto, que aunque exista la demanda suficiente para poder competir en el mercado la falta de estos recursos ocasiona un gran conflicto en la ejecución del proyecto, es por esta razón que se hace indispensable el estudio y análisis que ayude a identificar la fuente de financiamiento mejor aplicable para el proyecto. Para ello se cotizará las tasas de interés de las instituciones financieras de la provincia con la finalidad de establecer la mejor opción de financiamiento.

4.3 Localización del proyecto

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir donde se obtenga la máxima ganancia. En este estudio de localización del proyecto se debe tener en cuenta dos aspectos la macro-localización y la micro-localización” (Criollo & Gutierrez, 2016)

4.3.1 Macro Localización

La planta de producción y comercialización “IMBAMORINGA” está ubicada en la República del Ecuador, parroquia García Moreno perteneciente a la provincia de Imbabura, es una de las 8 parroquias rurales del Cantón Cotacachi, se ubica en la zona de Intag, a 78Km de la capital (Cotacachi) vía Apuela y 106 Km de la capital Provincial (Ibarra) vía Apuela y a 170Km de Quito.

Su extensión asciende a 682,4 Km² aproximadamente, constituyéndose en la parroquia de mayor extensión territorial del Cantón.

En la actualidad la parroquia García Moreno posee los siguientes límites:

Al norte: Provincia de Esmeraldas

Cantón Eloy Alfaro, Parroquia Telembi

Cantón Eloy Alfaro, Parroquia Luis Vargas Torres

Al Noroeste: Provincia de Esmeraldas

Cantón Quinindé, Parroquia Quiamalimpia

Recinto las Golondrinas

Al Suroeste: Provincia de Pichincha

Cantón Pedro Vicente Maldonado,

Parroquia Pedro Vicente Maldonado

Al Sur: Provincia de Pichincha

Cantón Quito, Parroquia Pacto

Cantón Quito, Parroquia Gualea

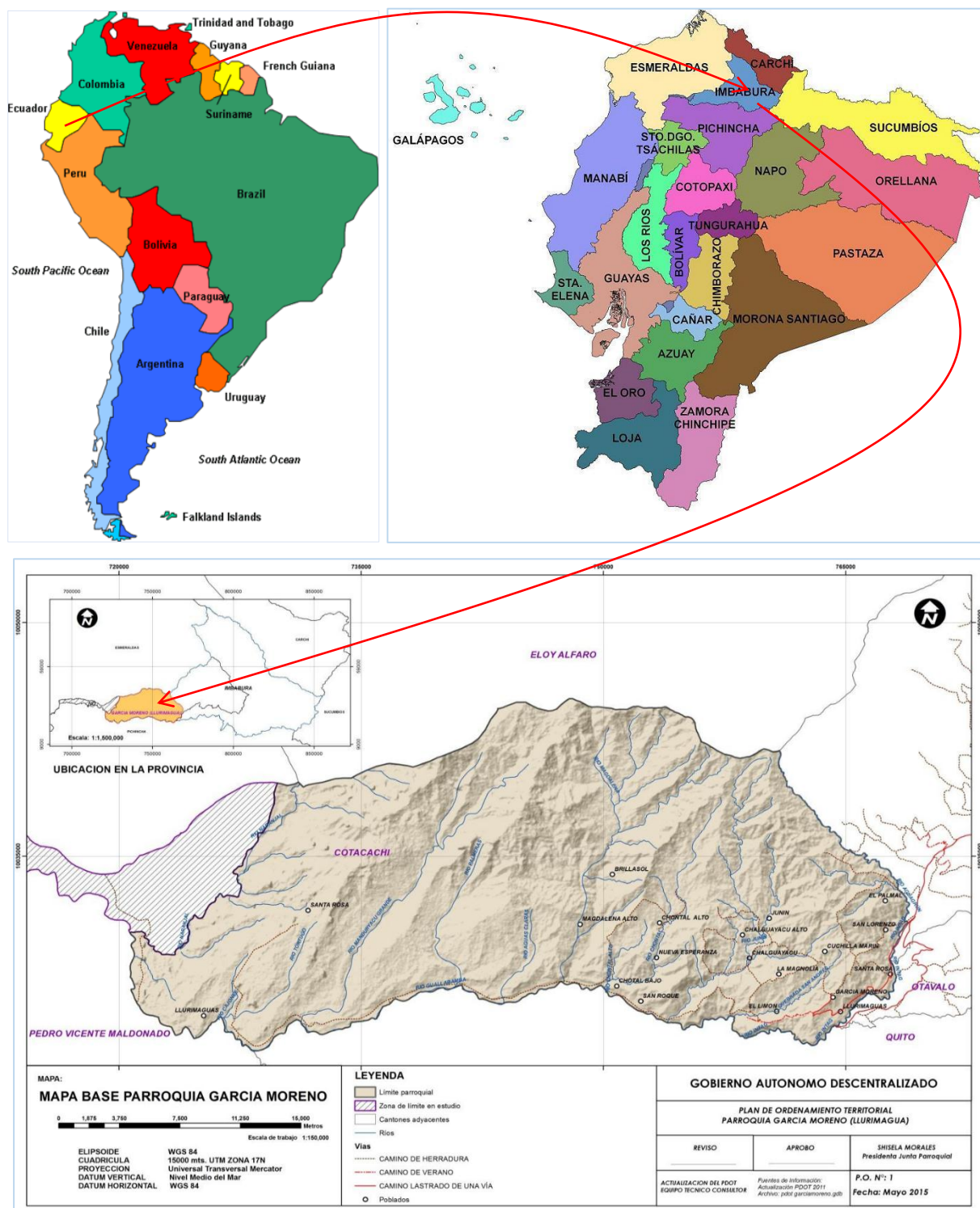
Cantón Quito, Parroquia Nanegal

Cantón Quito, Parroquia San José de Minas

Al Este: Provincia de Imbabura

Cantón Cotacachi, Parroquia Peñaherrera

Ilustración 6 Macro localización de la Parroquia Rural de García Moreno



Fuente: PDOT García Moreno 2014-2019

Elaborado por: La Autora

4.3.2 Micro Localización

Para elegir la mejor opción de donde se debe instalar la empresa se utiliza el método de factores ponderados donde se analiza la proximidad a los centros de abastecimiento, vías de acceso, servicios básicos, transporte, y mano de obra, factores que influyen en la micro localización, para lo cual se utiliza tres alternativas posibles donde ubicar el proyecto: A) Apuela , B) Vacas Galindo y C) García Moreno ; y se califica con un puntaje del 1 al 10 cada factor siendo el 10 la mejor opción y el 1 la más baja.

Tabla 35 Matriz de predominio de factores

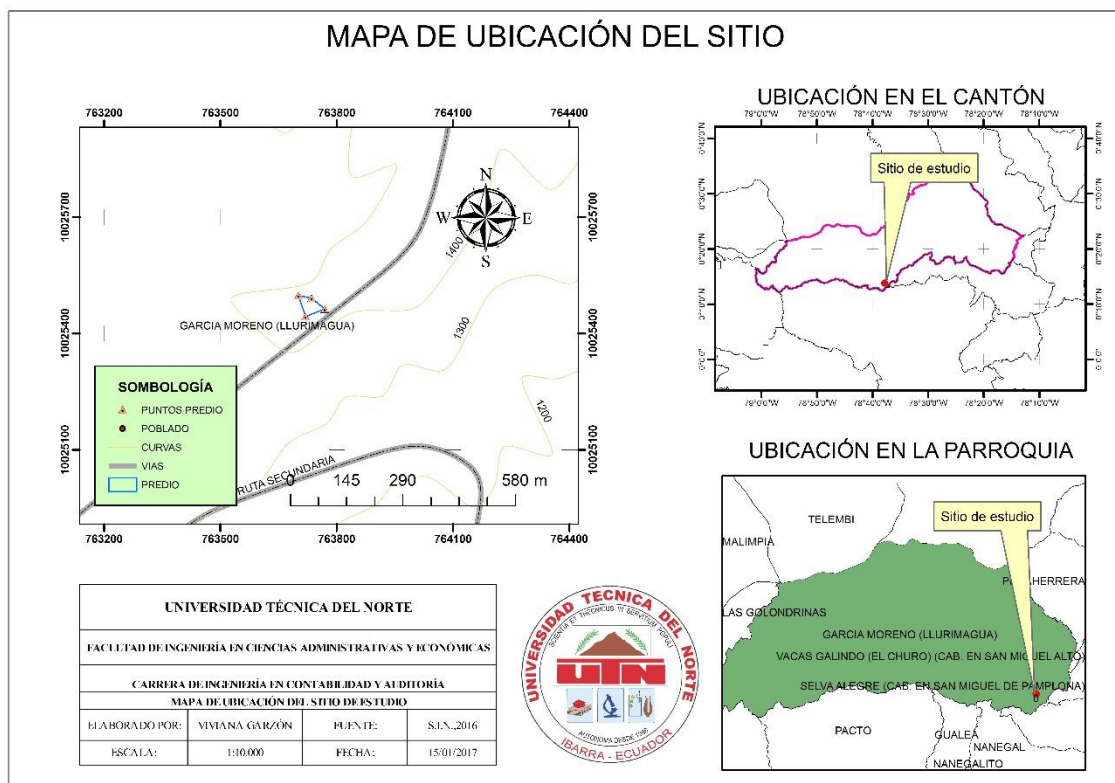
FACTORES	PONDERACIÓN DEL FACTOR	ALTERNATIVAS		
	(%)	A	B	C
Disponibilidad de Terrenos cultivables	30%	6	5	9
Infraestructura	15%	8	4	8
Servicios Básicos	15%	8	4	9
Proximidad a los centros de abastecimiento	10%	9	3	8
Servicio de Transporte	10%	7	2	7
Vías de acceso	10%	8	4	7
Disponibilidad de Mano de Obra	10%	7	8	8
TOTAL	100%	53	30	56

Fuente: PDOT Cotacachi 2011

Elaborado por: La Autora

Valorizados los factores de predominio de la micro localización se establece que el mejor lugar para la ubicación de la planta de producción y comercialización de moringa oleífera “IMBAMORINGA”, está localizada en la parroquia rural de García Moreno, perteneciente al cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, para lo cual se utilizará un espacio de aproximadamente dos hectáreas de propiedad de la investigadora ubicadas a dos cuadras del parque central de la parroquia, mismo que cuenta con todos los servicios básicos necesarios para el buen funcionamiento del proyecto.

Ilustración 7 Micro Localización del proyecto IMBAMORINGA



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

4.4 Ingeniería del proyecto

Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantar tenga éxito, es decir trabajar con información confiable y adecuada, porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades.

4.4.1 Infraestructura física

Es el conjunto de elementos o servicios que están considerados como necesarios para que el proyecto pueda funcionar o bien para que una actividad se desarrolle efectivamente,

para lo cual se cuenta con un terreno de 20000 metros cuadrados donde se distribuirá la planta de producción como el área de cultivo.

Dentro de la planta de producción se destina dos ambientes bien definidos, uno para el área administrativa y el otro destinado para el área de producción, en las dos áreas se destinarán los ambientes necesarios para el normal funcionamiento en óptimas condiciones.

La planta de producción, así como el área administrativa será de construcción mixta esto es ladrillo y madera, los pisos serán pavimentados lisos que permitirán realizar la limpieza de una manera óptima, ventanas y puertas serán de madera, el techo será de eternit.

Se establece las siguientes áreas dentro de la planta de producción:

- 1.- área de recepción de materia prima proveniente de los cultivos
- 2.- área de clasificación y selección de la materia prima
- 3.- área de secado y homogenización
- 4.- área de pesaje y enfundado
- 5.- área de etiquetado de producto terminado
- 6.- área control de calidad
- 7.- área de almacenaje de productos terminados

Además cuenta con áreas adicionales para destinados para el área de administración y un área para gerencia; también se toma en cuenta el área para guardianía.

Ilustración 8 Distribución de la planta de producción



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

4.4.2 Procesos productivos

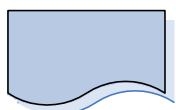
Para realizar los diagramas se presentan los símbolos utilizados y su significado:

SÍMBOLO

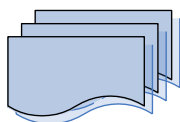
DESCRIPCIÓN



Inicio / Final del proceso. Su contenido señala el Funcionario responsable del proceso especificado



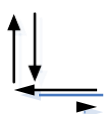
El símbolo identifica un documento



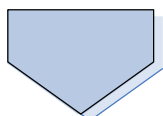
El símbolo identifica los documentos y formula y su respectivas copias



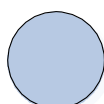
El contenido de este símbolo describe una actividad a ejecutar – proceso



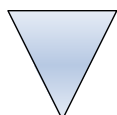
Las flechas indican flujo de secuencia del proceso



Conecta a otra parte del proceso fuera de página



Conecta a otra parte del proceso dentro de la página



Archivo de documento

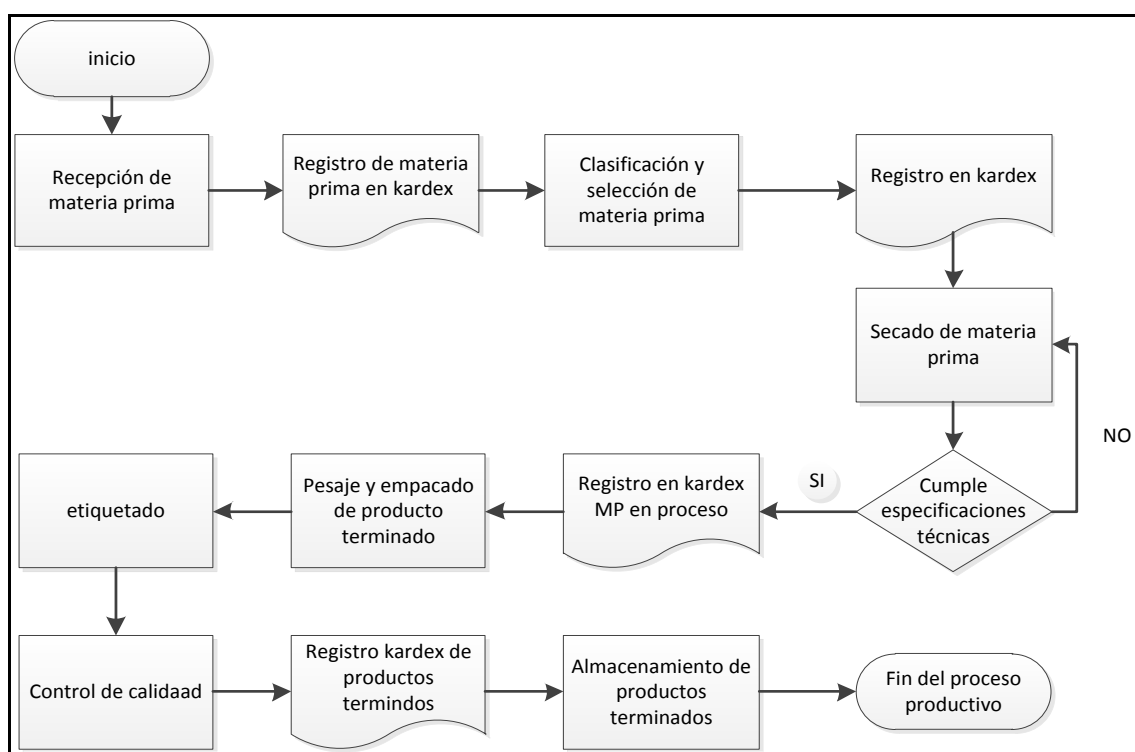
En esta parte se describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto, es importante indicar cada una de las fases del proceso para conocer en que consiste el mismo.

1. **Recepción de Materia Prima:** En esta primera etapa del proceso de producción, se realiza la recepción de la materia prima que es abastecida por el área de cultivo previamente calificados y seleccionados, para la elaboración del suplemento vitamínico a base de Moringa.
2. **Clasificación t tamizaje de materia prima:** Al momento que se han recibido, las hojas se las debe clasificar y seleccionar para almacenarlas temporalmente en gavetas plásticas aptas para alimentos, para evitar que éstas se contaminen. La bodega de materia prima debe tener un ambiente fresco y ventilado para mantener la frescura de las hojas de moringa.
3. **Secado:** Una vez clasificadas las hojas de Moringa se procederá luego al proceso de secado, este deberá reducir a la materia prima en un 50% del volumen total hasta obtener hojas deshidratadas puras de moringa.
4. **Pesaje:** Una vez obtenido las hojas de moringa listas, se procederá pesar utilizando una báscula electrónica donde se llenarán las fundas plásticas con la cantidad de medida de 500gr del producto, inmediatamente serán selladas para evitar contaminaciones.
5. **Etiquetado:** Para el etiquetado del producto se utilizara stickers que informarán el valor nutricional del producto, fecha de caducidad, registro sanitario y la marca del producto. Una vez obtenido el producto terminado, se lo prepara para su distribución en el mercado.
6. **Control de calidad:** El control de calidad se realizara en esta etapa para comprobar el estado del producto terminado, y que se encuentre en condiciones

óptimas de ponerse a la venta al público.

7. **Almacenado:** Se deben colocar las fundas de hoja de moringa en la bodega de productos terminados desde donde serán despachadas a los distintos puntos de venta.

Ilustración 9 Flujo de proceso productivo



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

4.4.3 Componente tecnológico

Para el proyecto en marcha existe un porcentaje mínimo en cuanto a tecnología, recurso que pese a no ser de alto nivel tecnológico será indispensable para el buen desarrollo de la planta de producción y comercialización de moringa oleífera por los requerimientos y la imagen que se pretende proyectar hacia los potenciales clientes (población zona de Intag), y la disponibilidad de esta tecnología si la podemos encontrar en la ciudad de Ibarra.

4.4.4 Inversiones

Para la producción y comercialización de la planta moringa oleífera en la empresa IMBAMORINGA, es indispensable realizar inversiones en infraestructura física, así como en la adquisición de maquinaria y equipos indispensables para el normal funcionamiento de la misma.

4.4.4.1 Inversiones fijas

Son inversiones tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta. Entre ellos tenemos: terrenos, construcciones, maquinaria y equipo, herramientas, equipo de oficina, equipo de cómputo, muebles y enseres, vehículo.

Para ser considerados como activos fijos estos deben ser de larga duración, la característica principal es que todos se deprecian, excepto el terreno que este se revaloriza.

a. Terreno

Constituye el espacio físico sobre el cual se levantara la construcción donde funcionara la unidad productiva, el área administrativa y el área de cultivo y su costo asciende a **\$20.000,00**. De acuerdo al portal de bienes raíces plusvalía.com. El cual de acuerdo a sus avalúos determina que el precio por metro cuadrado es de \$1,00. (Ver anexo 6).

Tabla 36 Valor del terreno

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (USD)	Costo Total (USD)
Terreno ubicado en la parroquia rural de García Moreno, Cantón Cotacachi, provincia de Imbabura	Ha	2	10.000,00	20.000,00
TOTAL				20.000,00

Fuente: Plusvalia.com

Elaborado por: La Autora

b. Infraestructura

Dentro de los rubros de infraestructura está la construcción del espacio físico donde funcionará el proceso productivo, así como la implementación del área de administración que está en dos ambientes, uno para gerencia y el otro donde funcionará contabilidad y supervisión; su construcción será estilo mixto, madera y de ladrillo visto, pavimento liso, techo de eternit con amplias ventanas de ventilación que será de malla. Para lo cual se utiliza los costos referenciales que utiliza el departamento de planificación del GAD de Cotacachi.

Tabla 37 inversión en infraestructura

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (USD)	Costo Total (USD)	Vida Útil (Años)	Depreciación Anual (USD)
Producción	M2	235	100,00	23.500,00	20	1.175,00
Administración	M3	35	100,00	3.500,00	20	175,00
TOTAL		270		27.000,00		1.350,00

Fuente: Dpto. Planificación GAD Cotacachi 2016

Elaborado por: La Autora

c. Vehículo

Se considera indispensable la adquisición de un vehículo que será utilizado para el transporte de los productos hacia los centros de distribución para lo cual es necesario un camión de tipo furgón de 2,8 toneladas de capacidad de carga Marca Chevrolet, modelo NLR año 2017 a Diésel. Que se lo adquirirá en la empresa IMBAUTO de la ciudad de Ibarra. (Ver anexo 5).

Tabla 38 Inversión del vehículo

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (USD)	Costo Total (USD)	Vida Útil (Años)	Depreciación Anual (USD)
Camión Marca Chevrolet NLR 55E 2,8 Tm de capacidad Diésel	U	1	30.000,00	30.000,00	5	6.000,00
TOTAL				30.000,00		6.000,00

Fuente: IMBAUTO 2017

Elaborado por: La Autora

d. Equipos y materiales

Tomando en consideración los requerimientos de productos que tiene el proyecto, valorando la capacidad durante su primer año de funcionamiento y las proyecciones futuras, el abastecimiento será permanente y durante todo el año.

Para ello se prevé la utilización del equipo y materiales mínimo indispensable que posibilitará un óptimo funcionamiento durante todo el proceso, de acuerdo al siguiente detalle. El cual se cotizo en la página mercado libre ecuador (Ver anexo 5).

Tabla 39 Inversión en equipos y materiales

Concepto	Unidad	Cant.	Valor Unitario (USD)	Costo Total (USD)	Vida Útil (Años)	Depreciación Anual (USD)
Balanza electrónica	U	1	30,00	30,00	10	3,00
Carros para transportar MP	U	10	100,00	1.000,00	10	200,00
Mesas de acero inoxidable (300x50cm)	U	2	250,00	500,00	10	50,00
Mesas de acero inoxidable (200x50cm)	U	20	180,00	3.600,00	10	360,00
Extintores polvo seco químico	U	5	25,00	125,00	10	12,50
Sellador de fundas plásticas	U	1	75,00	75,00	10	7,50
Estanterías metálicas 5 bandejas	U	20	100,00	2.000,00	10	200,00
TOTAL				7.330,00		833,00

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Elaborado por: La Autora

e. Equipos de cómputo

Dentro de la inversión de equipos de cómputo comprende todo lo referente a equipos tecnológicos necesarios para el funcionamiento de las áreas administrativa, contabilidad y supervisión de la planta de producción.

Para lo cual se adquirirá equipos de última generación que permita tener herramientas de trabajo acorde con las necesidades del proyecto y que sean asequibles en el mercado local. El cual fue cotizado en la empresa world Computers de la ciudad de Ibarra (Ver anexo 5).

Tabla 40 Inversión en equipos de computación

Concepto	Unidad	Cant.	Valor Unitario (USD)	Costo Total (USD)	Vida Útil (Años)	Depreciación Anual (USD)
Lapto Not. HP 15-AY016LA Ci7/4GB/1TB 15.6"/Win10H Blanca	U	3	921,06	3.150,03	3	1.050,01
Impresora Multifunción Epson L575 Sistema Continuo WIFI	U	2	432,71	986,59	3	328,86
Sumadora CASIO FR-2650T	U	1	66,25	75,53	3	25,18
Teléfono Fax Panasonic Kx - Ft 987	U	2	258,00	588,24	3	196,08
TOTAL				4.800,38		1.600,13

Fuente: World Computers 2017

Elaborado por: La Autora

f. Muebles y enseres

Con respecto a la inversión en muebles y enseres de oficina necesarios para la operatividad del proyecto, son conforme se detalla en el cuadro respectivo. Cotizado en la página web mercado libre ecuador. (Ver anexo 5)

Tabla 41 Inversión en muebles y enseres

Concepto	Unidad	Cant.	Valor Unitario (USD)	Costo Total (USD)	Vida Útil (Años)	Depreciación Anual (USD)
Estación de trabajo melamínico	U	3	195,00	585,00	10	58,50
Silla tipo gerente ergonómica	U	3	184,00	552,00	10	55,20
Sillas de espera	U	6	22,00	132,00	10	13,20
Escritorio de melamínico	U	1	100,00	100,00	10	10,00
Cajonera metálica 4 servicios	U	2	135,00	270,00	10	27,00
TOTAL				1.639,00		163,90

Fuente: Mercado Libre ecuador 2017

Elaborado por: La Autora

g. Herramientas y prendas de protección

En este rubro se toma en cuenta las herramientas para el personal que laborará en campo de cultivo, además se estima las prendas de protección para todo el personal de producción así como insumos necesarios en el área de cultivo. Cotizado en la página web mercado libre ecuador (ver anexo N° 5).

Tabla 42 inversión en herramientas y prendas de protección

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (USD)	Costo Total (USD)
Botas de caucho punta y planta de acero	U	5	22,00	110,00
Overoles industriales trabajo	U	6	26,00	156,00
Guantes de trabajo	U	5	22,00	110,00
Gorra protección cuello	U	5	10,00	50,00
Palas de agricultura (azadón)	U	4	15,00	60,00
Machetes	U	4	12,00	48,00
Mangueras de caucho	m	200	1,00	200,00
Gavetas plásticas	U	50	25,00	1.250,00
TOTAL				1.984,00

Fuente: Mercado Libre Ecuador 2017

Elaborado por: La Autora

h. Resumen de inversiones fijas

Luego del análisis de los rubros necesarios en las inversiones fijas que se deben realizar en el proyecto, se resumen en la siguiente tabla.

Tabla 43 resumen de inversiones fijas

CONCEPTO	COSTO TOTAL (USD)
Terreno	20.000,00
Infraestructura	27.000,00
Vehículo	30.000,00
Equipos Y Materiales	7.330,00
Equipos De Computo	4.800,38
Muebles Y Enseres	1.639,00
Herramientas Y Prendas De Protección	1.984,00
TOTAL	92.753,38

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

4.4.4.2 Inversiones variables

La inversión variable corresponde al Capital de Trabajo requerido por el proyecto para su iniciación con prestación de servicios, hasta llegar a obtener los primeros ingresos por ventas, comprende lo siguiente:

a. Materia prima directa

La materia prima directa comprende las plántulas de moringa oleífera que será sembrada y cultivada por el proyecto y que luego del proceso productivo se sacara al mercado como producto final para su comercialización en la zona de Intag. La cual será adquirida en la empresa Ecuamoringa de la ciudad de Guayaquil. (Ver anexo N° 7)

Tabla 44 Materia prima directa

Producto	Presentación	Requerimiento Anual	Costo Unitario (USD)	Total Anual (USD)
plántulas de moringa oleífera	U	12500	2,40	30.000,00
TOTAL				30.000,00

Fuente: Ecuamoringa 2017

Elaborado por: La Autora

b. Materia prima indirecta

La materia prima indirecta es aquella que sin ser parte principal del producto es necesaria para poder tener un producto terminado listo para su comercialización. Misma que será adquirida por medio de la página web mercado libre ecuador. (Ver anexo N°5)

Tabla 45 Materia prima indirecta

Producto	Presentación	Requerimiento Anual	Costo Unitario (USD)	Total Anual (USD)
Rollo Tricapa Para Liners Pet-aluminio-polietileno Por Kilo (fundas)	Kg	85	35,00	2.975,00
Etiquetas adhesivas	U	12500	0,15	1.875,00
Fertilizante orgánico	Gl	12	20,00	240,00
TOTAL				5.090,00

Fuente: Mercado libre Ecuador 2017

Elaborado por: La Autora

c. Útiles de oficina

Dentro de los útiles de oficina se encuentra toda la papelería necesaria para el área administrativa y productiva para su normal funcionamiento. Para lo cual se utiliza precios promedio de las papelerías de la ciudad de Ibarra.

Tabla 46 Útiles de oficina

Producto	Presentación	Requerimiento Anual	Costo Unitario (USD)	Total Anual (USD)
Resma de papel	U	36	4,00	144,00
Esferos	U	24	0,50	12,00
Lápiz HB 0,5	U	24	0,50	12,00
Caja de clips	U	12	1,50	18,00
Carpetas archivadoras	U	12	1,50	18,00
Grapadora	U	3	5,00	15,00
Perforadora	U	3	5,00	15,00
TOTAL MATERIALES DE OFICINA				234,00

Fuente: Papelerías de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora

d. Materiales de limpieza

Está contemplado todo lo referente a limpieza y desinfección de todas las áreas: administrativas y de producción con el fin de tener con la debida asepsia con la finalidad de evitar contaminación de los productos. Para lo cual se procedió a realizar un análisis de precios en diferentes distribuidoras de la ciudad de Ibarra, y de lo cual se saca el valor promedio para el cálculo de los mismos.

Tabla 47 Materiales de limpieza

Producto	Presentación	Requerimiento Anual	Costo Unitario (USD)	Total Anual (USD)
Desinfectantes	Gl	2	10,00	20,00
Escobas	U	6	3,00	18,00
Trapeadores	U	6	3,50	21,00
Papel Higiénico	U	24	0,50	12,00
Basureros	U	3	10,00	30,00
Recogedores de basura	U	3	10,00	30,00
Insecticidas (polvo)	KG	10	10,00	100,00
Pesticidas (polvo)	KG	10	8,00	80,00
Raticidas (polvo)	KG	10	10,00	100,00
TOTAL MATERIALES DE LIMPIEZA				411,00

Fuente: mercado libre Ecuador 2017

Elaborado por: La Autora

e. Servicios básicos

En este rubro está contemplado la energía eléctrica para el funcionamiento de la maquinaria y equipo necesario para el funcionamiento de la planta, agua potable, teléfono e internet para la comercialización.

Tabla 48 Servicios básicos

Producto	Presentación	Requerimiento Mensual	Costo Unitario (USD)	Total Anual (USD)
Agua Potable	M3	100	0,10	120,00
Energía Eléctrica	Kw	250,00	0,10	300,00
Teléfono	Minutos	400	0,04	192,00
Internet	Mensual	1	25,00	300,00
SUBTOTAL SERVICIOS BÁSICOS				912,00

Fuente: GAD Parroquial García Moreno, EMELNORTE, CNT

Elaborado por: La Autora

f. Gastos de ventas

Está contemplado que se promoció a la empresa por medio de cuñas radiales en las emisoras de mayor sintonía en la zona de Intag; además se toma en consideración el combustible del vehículo, mantenimiento y matrícula del mismo.

Tabla 49 Gastos de ventas

Producto	Presentación	Requerimiento Anual	Costo Unitario (USD)	Total Anual (USD)
Cuñas radiales,	Promedio	12	50,00	600,00
Combustible Diésel	Gl	1200	1,037	1.244,40
Lubricantes	Gl	6	22,00	132,00
Mantenimiento vehículo	U	2	500,00	1.000,00
Matrícula	U	1	150,00	150,00
TOTAL				3.126,40

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

4.4.5 Talento Humano

El personal que se requiere para el normal desenvolvimiento del proyecto tanto para el área administrativa como para el área de producción, será el estrictamente necesario para el normal funcionamiento del mismo, para el área administrativa se requerirá personal con conocimientos técnicos; para el área operativa el personal será capacitado en la funciones que se desempeñaran. Cantidad que se determinó de acuerdo a la capacidad de producción de la planta de producción y comercialización.

Tabla 50 Personal requerido para el proyecto

Denominación	Cantidad	RMU	Área
Gerente	1	800,00	Administración
Secretaria Contadora	1	600,00	Administración
Técnico Agrónomo	1	700,00	Producción
Jornaleros	4	375,00	Producción
Conductor	1	500,00	Comercialización

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Como el proyecto cumplirá con la Normativa vigente respecto del Código del Trabajo, se procede a calcular las respectivas provisiones a las que tendrán derecho los trabajadores tanto del área administrativa como del área de producción

Tabla 51 Beneficios sociales de la Mano de Obra

Denominación	Cant	RMU	Sub Total	Aporte Patronal	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
Gerente	1	800,00	800,00	97,20	66,67	31,25	66,67	1.061,78	12.741,40
Secretaria Contadora	1	600,00	600,00	72,90	50,00	31,25	50,00	804,15	9.649,80
Técnico Agrónomo	1	700,00	700,00	85,05	58,33	31,25	58,33	932,97	11.195,60
Jornaleros	4	375,00	1.500,00	182,25	125,00	125,00	125,00	2.057,25	24.687,00
Conductor	1	500,00	500,00	60,75	41,67	31,25	41,67	675,33	8.104,00
		TOTAL	4.100,00	498,15	341,67	250,00	341,67	5.531,48	66.377,80

Fuente: Ministerio del Trabajo 2017

Elaborado por: La Autora

4.4.6 Capital de Trabajo

Para el cálculo del Capital de Trabajo se tomará en cuenta: el pago de remuneraciones a todos los trabajadores comprendido en períodos mensuales acumulados trimestralmente, los gastos operacionales promedio mensual acumulados trimestralmente, materias primas necesarias para la producción en un estimado trimestral; por lo que el capital de trabajo quedaría conformado de la siguiente manera con un cobertura para 90 días.

Tabla 52 Capital de Trabajo

CONCEPTO	COSTO TOTAL (USD)	CAPITAL DE TRABAJO
Materia Prima Directa	30.000,00	7.500,00
Materia Prima Indirecta	5.090,00	1.272,50
Mano De Obra	66.377,80	16.594,45
Útiles De Oficina	234,00	58,50
Materiales De Limpieza	411,00	102,75
Servicios Básicos	912,00	228,00
Gastos De Ventas	3.126,40	781,60
TOTAL	106.151,20	26.537,80

Fuente: Estudio Técnico del Proyecto
Elaborado por: La Autora

4.4.7 Inversiones diferidas

Dentro de los activos diferidos, constan todos los gastos que se realizan para la constitución legal de la planta de producción y comercialización de moringa oleífera; es decir todo tipo de papeleo y trámites que se hace para su legalización.

Tabla 53 Inversiones diferidas

DETALLE	VALOR TOTAL
Estudios previos o preliminares:	500,00
Gastos de constitución	500,00
Permisos de Funcionamiento	200,00
Registro Sanitario	1.500,00
Marcas y Patentes	250,00
TOTAL	2.950,00

Fuente: Estudio Técnico del Proyecto
Elaborado por: La Autora

4.4.8 Inversión total del proyecto

La inversión total asciende a 122.241,18 dólares americanos; las inversiones se realizarán en el 100% en el primer mes, tiempo en que se espera estar ya en operación con la planta de producción.

Tabla 54 Inversión Total del proyecto

Detalle	Valor Total	Porcentaje
Inversiones Fijas	92.753,38	76%
Inversiones Variables	26.537,80	22%
Inversiones Diferidas	2.950,00	2%
TOTAL	122.241,18	100%

Fuente: Estudio Técnico del Proyecto

Elaborado por: La Autora

4.4.9 Financiamiento del proyecto

El financiamiento será: el 40% de capital propio, 60% será financiado mediante un préstamo equivalente a \$72.753,38, el mismo que se lo obtendrá en el BAN ECUADOR, entidad gubernamental que actualmente se encuentra otorgando créditos para la implementación de proyectos productivos a una tasa de interés efectiva anual a enero del 2017 del 10,21%, para la línea de adquisición de activos fijos, a un plazo de cinco años, la misma que de acuerdo a la tabla de amortización programada, se lo ha establecido en forma mensual.

Tabla 55 Financiamiento del proyecto

Detalle	Valor Total	Propio	Financiado
Inversiones Fijas	92.753,38	20.000,00	72.753,38
Inversiones Variables	26.537,80	26.537,80	-
Inversiones Diferidas	2.950,00	2.950,00	-
TOTAL	122.241,18	49.487,80	72.753,38
PORCENTAJE	100%	40%	60%

Fuente: BAN ECUADOR Enero 2017

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio económico financiero es la sistematización contable, financiera y económica de las investigaciones efectuadas en los estudios de mercado y técnico, que facilitan la verificación de los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez para cumplir con sus obligaciones operacionales, y finalmente, la organización financiera.

Aquí se demuestra la rentabilidad o no del proyecto. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, costos y gastos que están en concordancia con los capítulos anteriores que son los estudios de mercado y técnico. Con estos análisis se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar máquinas más baratas o gastar menos.

5.1 Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos de la empresa de producción y comercialización de moringa oleífera “ECUAMORINGA CIA LTDA”, está formado por la provisión de recursos que la empresa espera obtener en los cinco años de análisis producto de las ventas del producto que la empresa expenderá a los habitantes de la zona de Intag, rubros que financiaran los costos y gastos que genere el proyecto para la consecución de sus objetivos.

Para elaborar el presupuesto de ingresos de la empresa de producción y comercialización de moringa oleífera “ECUAMORINGA CIA LTDA”, es necesario efectuar la proyección de los precios de venta de los productos; para lo cual se considera los costos fijos y los costos variables para determinar el costo unitario de producción, al cual se aplicará una tasa del 8% como margen de utilidad determinándose así el precio de venta al público; este valor es más bajo que el mercado regional y nacional que oscila entre los diez y quince

dólares por cada kilogramo de producto similar, a esto se debe anotar que el precio determinado está dentro del rango establecido en el estudio de mercado que fijó el valor máximo que los habitantes estarían dispuestos a designar para la adquisición de este tipo de productos.

Tabla 56 Determinación del precio de venta

Detalle	Valor (USD)
Costos Fijos	79.183,81
Costos Variables	48.736,70
Costo Total	127.920,51
Producción Anual Kg	19.687,50
Costo Unitario Total	6,50
PVP Con El 8% De Margen De Utilidad	7,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Autora

Con el dato obtenido se proyecta el precio de venta al público para cinco años subsiguientes para lo cual se aplica una tasa de inflación que para el presente estudio según el índice de precios al consumidor (IPC) publicado por el INEC, Ecuador registro a diciembre del 2016 una inflación anual del 1,12%

Tabla 57 Proyección de precios de venta al público

Detalle	2017	2018	2019	2020	2021
Precio de venta al público (USD)	7,00	7,08	7,16	7,24	7,32

Fuente: Estudio Técnico, INEC 2016

Elaborado por: La Autora

Con los datos de precio establecidos se debe estimar la producción que el proyecto estableció en la capacidad operativa del proyecto de acuerdo al siguiente dato técnico:

Tabla 58 Parámetros técnicos de producción de materia fresca de moringa

PLANTAS POR HECTAREA:	25.000
DISTANCIA DE SIEMBRA:	Distancia entre fila 1m
	Distancia Entre Planta 0,4 M
PRODUCCIÓN:	0,5 kg/planta/corte= 12500 kg/ha/corte

Fuente: Estudio Técnico, INEC 2016

Elaborado por: La Autora

Por las condiciones agroecológicas de nuestra provincia permite realizar cortes cada 7 semanas y con las indicaciones técnicas de producción y de transformación a través del deshidratado y selección de la materia prima para el empaque definitivo, se destaca que producto del proceso de deshidratado el volumen de la materia fresca perderá un 50% de su peso y producto de la clasificación y tamizaje del producto (palos, hojas en mal estado, etc.) se estima que se perderá un 5% adicional del volumen.

Tabla 59 Producción estimada por año

Año	N° Plantas sembradas	Producción (kg)	cortes año	Perdida (volumen Kg)	Producción (Kg)
2017	12500	0,5	7	55%	19.687,50
2018	14000	0,5	7	55%	22.050,00
2019	15500	0,5	7	55%	24.412,50
2020	16000	0,5	7	55%	25.200,00
2021	17500	0,5	7	55%	27.562,50

Fuente: Estudio Técnico Proyecto

Elaborado por: La Autora

Establecido los precios de venta al público y la producción estimada se procede a estimar los ingresos del proyecto.

Tabla 60 Presupuesto de ingresos

Detalle	año 2017	año 2018	año 2019	año 2020	año 2021
Ventas anuales	137.812,50	156.078,72	174.736,82	182.393,67	201.727,40
TOTAL	137.812,50	156.078,72	174.736,82	182.393,67	201.727,40

Fuente: Estudio Técnico Proyecto, Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

5.2 Presupuesto de egresos

Dentro de la determinación de egresos proyectados se encuentran los costos y gastos que se incurrirá la empresa de producción y comercialización de moringa oleífera “IMBAMORINGA CIA LTDA”, para su normal funcionamiento.

5.2.1 Costos de producción

Los costos comprenden al conjunto de valores incurridos en un período, los cuales son identificados con los productos que se expende, el mismo que es recuperable en el momento de la venta del producto, siempre que la venta de los productos sea mayor al punto de equilibrio, caso contrario existe pérdida.

Los costos están formados por tres elementos:

- Materia prima
- Mano de obra
- Costos indirectos de fabricación

5.2.1.1 Materia prima

Este es el primer elemento del costo, en el presente proyecto la materia prima directa que para el presente estudio son las plántulas de moringa que serán compradas a la empresa Ecuamoringa que se encuentra afincada en la ciudad de Guayaquil y con subsidiarias en la ciudad de Quito, para posteriormente ser sembrada en el área de producción del proyecto.

El precio de las plántulas de moringa está en 2,40 dólares cada una, de acuerdo a la información recopilada en la empresa proveedora de este producto, valor que será actualizado de acuerdo a la inflación determinada para el proyecto.

Tabla 61 Costo de la materia prima

Detalle	2017	2018	2019	2020	2021
Plántulas de moringa oleífera	12.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Precio (USD)	2,40	2,43	2,45	2,48	2,51
TOTAL (USD)	30.000,00	3.640,32	3.681,09	3.722,32	3.764,01

Fuente: ECUAMORINGA

Elaborado por: La Autora

5.2.1.2 Mano de obra directa

Se refiere a la fuerza de trabajo que participa directamente en el proceso de transformación de la materia prima en productos terminados. El proyecto tendrá a cuatro personas que intervendrán directamente en el producto en el área de producción, quienes serán los que realicen el proceso productivo determinado por la empresa hasta que estén listos para ser comercializados al público en general.

Tabla 62 Costo de mano de Obra anual (USD)

Denominación	Cant.	RMU	Sub Total	Aporte Patronal	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondos De Reserva	Total Mensual	Total Anual
Jornaleros	4	375,00	1.500,00	182,25	125,00	125,00	125,00	2.057,25	24.687,00
TOTAL			1.500,00	182,25	125,00	125,00	125,00	2.057,25	24.687,00

Fuente: Estudio Técnico Proyecto, IESS

Elaborado por: La Autora

Con los datos de la tabla N° 62 se proyecta para cinco años con una tasa de crecimiento del 1,12 % de acuerdo a la inflación proyectada.

Tabla 63 Proyección del costo de mano de obra directa (USD)

DENOMINACION	2017	2018	2019	2020	2021
Jornaleros	24.687,00	24963,49	25243,09	25525,81	25811,70
TOTAL	24.687,00	24.963,49	25.243,09	25.525,81	25.811,70

Fuente: Estudio Técnico Proyecto, IESS

Elaborado por: La Autora

5.2.1.3 Costos indirectos de fabricación

Llamada también carga fabril, el mismo que engloba a todos aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al producto que se fabrica, en el caso de IMBAMORINGA encontramos a los materiales indirectos que son, la mano de obra indirecta, que vendría a ser el técnico agrónomo, los servicios básicos (agua, luz, teléfono), insumos para producción, materiales de limpieza y materiales de oficina y herramientas.

a. Mano de obra indirecta

Está determinado por el técnico agrónomo que será quien supervise el proceso de cultivo y control de calidad del producto hasta que esté listo para la venta al público.

Tabla 64 Costo de la mano de obra indirecta (USD)

Denominación	Cant .	RMU	Sub Total	Aporte Patronal	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondos De Reserva	Total Mensual	Total Anual
Técnico Agrónomo	1	700,00	700,00	85,05	58,33	31,25	58,33	932,97	11.195,60
TOTAL			700,00	85,05	58,33	31,25	58,33	932,97	11.195,60

Fuente: Estudio Técnico Proyecto, IESS

Elaborado por: La Autora

Con los datos establecidos en la tabla N° 64 se proyecta hacia cinco años futuros con una tasa inflacionaria del 1,12% establecida por el INEC al 31 de Diciembre 2016.

Tabla 65 Proyección del costo de la MOI en (USD)

DENOMINACION	2017	2018	2019	2020	2021
Técnico Agrónomo	11.195,60	11320,99	11447,79	11576,00	11705,65
TOTAL	11.195,60	11.320,99	11.447,79	11.576,00	11.705,65

Fuente: Estudio Técnico Proyecto, IESS

Elaborado por: La Autora

b. Servicios básicos

Dentro del rubro de servicios básicos se toma en cuenta el 30% del presupuesto anual para producción y el 70% para administración, y a partir del segundo año un crecimiento del costo en un 1,12%.

Tabla 66 Costo de los servicios básicos de producción (USD)

Servicio	unidad	2017	2018	2019	2020	2021
Agua Potable	M3	36,00	36,40	36,81	37,22	37,64
Energía Eléctrica	Kw	90,00	91,01	92,03	93,06	94,10
Teléfono	Minutos	57,60	58,25	58,90	59,56	60,22
Internet	Mensual	90,00	91,01	92,03	93,06	94,10
TOTAL		273,60	276,66	279,76	282,90	286,06

Fuente: Tabla N° 48

Elaborado por: La Autora

c. Materia prima indirecta

En este rubro se estima todos aquellos productos que son complementarios en el producto terminado.

Tabla 67 Materia prima indirecta (USD)

Producto	unidad	2017	2018	2019	2020	2021
Rollo Tricapa Para Liners Pet-aluminio-polietileno Por Kilo (fundas)	Kg	2.975,00	3008,32	3042,01	3076,08	3110,54
Etiquetas adhesivas	U	1.875,00	1896,00	1917,24	1938,71	1960,42
Fertilizante orgánico	Gl	240,00	242,69	245,41	248,15	250,93
TOTAL		5.090,00	5.147,01	5.204,65	5.262,95	5.321,89

Fuente: Tabla N° 45

Elaborado por: La Autora

d. Materiales de limpieza

Dentro de los materiales de limpieza se determina que los rubros necesarios para una buena higiene de la planta de producción que para el caso es el 30% del total anual requerido.

Tabla 68 materiales de limpieza para producción (USD)

Producto	unidad	2017	2018	2019	2020	2021
Desinfectantes	Gl	6,00	6,07	6,14	6,20	6,27
Escobas	U	5,40	5,46	5,52	5,58	5,65
Trapeadores	U	6,30	6,37	6,44	6,51	6,59
Papel Higiénico	U	3,60	3,64	3,68	3,72	3,76
Basureros	U	9,00	9,10	9,20	9,31	9,41
Recogedores de basura	U	9,00	9,10	9,20	9,31	9,41
Insecticidas (polvo)	KG	30,00	30,34	30,68	31,02	31,37
Pesticidas (polvo)	KG	24,00	24,27	24,54	24,82	25,09
Raticidas (polvo)	KG	30,00	30,34	30,68	31,02	31,37
TOTAL		123,30	124,68	126,08	127,49	128,92

Fuente: Tabla N° 47

Elaborado por: La Autora

e. Útiles de oficina

Son aquellos que se utilizan para realizar informes de producción destinados hacia gerencia para toma de decisiones, de igual forma se estima un 30% del total anual requerido.

Tabla 69 útiles de oficina del área de producción (USD)

Producto	unidad	2017	2018	2019	2020	2021
Resma de papel	U	43,20	43,68	44,17	44,67	45,17
Esferos	U	3,60	3,64	3,68	3,72	3,76
Lápiz HB 0,5	U	3,60	3,64	3,68	3,72	3,76
Caja de clips	U	5,40	5,46	5,52	5,58	5,65
Carpetas archivadoras	U	5,40	5,46	5,52	5,58	5,65
Grapadora	U	4,50	4,55	4,60	4,65	4,71
Perforadora	U	4,50	4,55	4,60	4,65	4,71
TOTAL		70,20	70,99	71,78	72,59	73,40

Fuente: Tabla N° 46

Elaborado por: La Autora

f. Herramientas y prendas de protección

Son todas aquellas herramientas que se usan para el cultivo del producto, así como las prendas de protección del personal del área de producción.

Tabla 70 Herramientas y prendas de protección área de producción (USD)

Producto	unidad	2017	2018	2019	2020	2021
Botas de caucho punta y planta de acero	U	110,00	111,23	112,48	113,74	115,01
Overoles industriales trabajo	U	156,00	157,75	159,51	161,30	163,11
Guantes de trabajo	U	110,00	111,23	112,48	113,74	115,01
Gorra protección cuello	U	50,00	50,56	51,13	51,70	52,28
Palas de agricultura (azadón)	U	60,00	60,67	61,35	62,04	62,73
Machetes	U	48,00	48,54	49,08	49,63	50,19
Mangueras de caucho	m	200,00	202,24	204,51	206,80	209,11
Gavetas plásticas	U	1.250,00	1264,00	1278,16	1292,47	1306,95
TOTAL		1.984,00	2.006,22	2.028,69	2.051,41	2.074,39

Fuente: Tabla N° 42

Elaborado por: La Autora

g. Costo de producción

Una vez determinados los costos y gastos del proceso productivo se determina el costo de producción del producto.

Tabla 71 Costo de producción

Costos	2017	2018	2019	2020	2021
Materia Prima Directa	30.000,00	3.640,32	3.681,09	3.722,32	3.764,01
Mano de Obra Directa	24.687,00	24.963,49	25.243,09	25.525,81	25.811,70
Costos Indirectos de Fabricación	18.736,70	18.946,55	19.158,75	19.373,33	19.590,31
TOTAL COSTOS	73.423,70	47.550,37	48.082,93	48.621,46	49.166,02

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Autora

5.2.2 Gastos Administrativos

Son aquellos egresos incurridos en sueldos del personal administrativo que para el proyecto se determina a la secretaria y gerente, servicios básicos en un porcentaje del 70% del total, materiales de limpieza y materiales de oficina en los porcentajes establecidos, con un incremento por inflación del 1,12 % a partir del segundo año de funcionamiento y las depreciaciones y amortizaciones de las inversiones fijas y diferidas.

Tabla 72 Gasto Remuneración del personal Administrativo

Denominación	Cant	RMU	Sub Total	Aporte Patronal	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondos de Reserva	Total Mes	Total Anual
Gerente	1	800,00	800,00	97,20	66,67	31,25	66,67	1.061,78	12.741,40
Secretaria Contadora	1	600,00	600,00	72,90	50,00	31,25	50,00	804,15	9.649,80
TOTAL			1.400,00	170,10	116,67	62,50	116,67	1.865,93	22.391,20

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Autora

Con los datos obtenidos se procede a proyectar los gastos del personal administrativo para cinco años con una tasa de crecimiento del 1,12%, obteniéndose los siguientes resultados.

Tabla 73 Proyección de los gastos de personal administrativo

DENOMINACIÓN	2017	2018	2019	2020	2021
Gerente	12.741,40	12.884,10	13.028,41	13.174,32	13.321,88
Secretaria Contadora	9.649,80	9.757,88	9.867,17	9.977,68	10.089,43
TOTAL	22.391,20	22.641,98	22.895,57	23.152,00	23.411,30

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Autora

Con respecto a los materiales de limpieza se determina que es el 70% del valor total calculado para el año para administración, y los materiales de oficina se calcula con los mismos porcentajes que los materiales de limpieza del valor total del este rubro para el área administrativa.

Tabla 74 Gasto materiales de aseo área administrativa proyectado (USD)

Producto	unidad	2017	2018	2019	2020	2021
Desinfectantes	Gl	14,00	14,16	14,32	14,48	14,64
Escobas	U	12,60	12,74	12,88	13,03	13,17
Trapeadores	U	14,70	14,86	15,03	15,20	15,37
Papel higiénico	U	8,40	8,49	8,59	8,69	8,78
Basureros	U	21,00	21,24	21,47	21,71	21,96
Recogedores de basura	U	21,00	21,24	21,47	21,71	21,96
Insecticidas (polvo)	KG	70,00	70,78	71,58	72,38	73,19
Pesticidas (polvo)	KG	56,00	56,63	57,26	57,90	58,55
Raticidas (polvo)	KG	70,00	70,78	71,58	72,38	73,19
TOTAL		287,70	290,92	294,18	297,48	300,81

Fuente: Tabla N° 47

Elaborado por: La Autora

Tabla 75 Gasto materiales de oficina área administrativa (USD)

Producto	unidad	2017	2018	2019	2020	2021
Resma de papel	U	100,80	101,93	103,07	104,22	105,39
Esferos	U	8,40	8,49	8,59	8,69	8,78
Lápiz HB 0,5	U	8,40	8,49	8,59	8,69	8,78
Caja de clips	U	12,60	12,74	12,88	13,03	13,17
Carpetas archivadoras	U	12,60	12,74	12,88	13,03	13,17
Grapadora	U	10,50	10,62	10,74	10,86	10,98
Perforadora	U	10,50	10,62	10,74	10,86	10,98
TOTAL		163,80	165,63	167,49	169,37	171,26

Fuente: Tabla N° 46

Elaborado por: La Autora

Los servicios básicos del área administrativa están de igual forma establecidos en un 70% del total anual establecido en el estudio técnico del proyecto.

Tabla 76 Gasto servicios básicos área administrativa proyectado (USD)

Producto	unidad	2017	2018	2019	2020	2021
Agua Potable	M3	84,00	84,94	85,89	86,85	87,83
Energía Eléctrica	Kw	210,00	212,35	214,73	217,14	219,57
Teléfono	Minutos	134,40	135,91	137,43	138,97	140,52
Internet	Mensual	210,00	212,35	214,73	217,14	219,57
TOTAL		638,40	645,55	652,78	660,09	667,48

Fuente: Tabla N° 48

Elaborado por: La Autora

5.2.2.1 Depreciaciones

Para el cálculo de la depreciación de los activos fijos se utilizará los porcentajes establecidos en el artículo 21 numeral 6 de la Ley de Régimen Tributario Interno, en la cual determina los porcentajes para el efecto; el cálculo se lo realizará por el método de línea recta.

En vista de que el equipo de computación tributariamente se deprecia en 3 años, se ha considerado efectuar en el año 2020 una nueva inversión en equipos de computación.

Tabla 77 Gasto depreciación de activos fijos (USD)

DEPRECIACION	%	2017	2018	2019	2020	2021	Total	valor en libros
Infraestructura	5%	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	6.750,00	20.250,00
Vehículo	20%	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	30.000,00	-
Equipos Y Materiales	10%	833,00	833,00	833,00	833,00	833,00	4.165,00	3.165,00
Muebles Y Enseres	10,00%	163,90	163,90	163,90	163,90	163,90	819,50	819,50
Equipos De Computo	33%	1.600,13	1.600,13	1.600,13		-	4.800,38	-
Reinversión de equipo de computo	33,33%				1.600,13	1.600,13	3.200,25	1.600,13
TOTAL		9.947,03	9.947,03	9.947,03	9.947,03	9.947,03	49.735,13	25.834,63

Fuente: Estudio Técnico de inversiones

Elaborado por: La Autora

5.2.2.2 Amortización de gastos de constitución

Las inversiones diferidas están constituidas por los gastos de constitución que se generaron para poner en marcha el proyecto, los mismos que serán amortizados en el primer año de funcionamiento.

Tabla 78 Amortización gastos de constitución (USD)

DEPRECIACIÓN	Porcentaje	2017
Estudios previos o preliminares:	100%	500,00
Gastos de constitución	100%	500,00
Permisos de Funcionamiento	100%	200,00
Registro Sanitario	100%	1.500,00
Marcas y Patentes	100%	250,00
TOTAL		2.950,00

Fuente: Tabla N° 53

Elaborado por: La Autora

Establecidos todos los rubros que representan los gastos administrativos se agrupan en un rubro acumulado que se utilizará para el balance de situación financiera de acuerdo al siguiente detalle.

Tabla 79 Resumen de gastos administrativos (USD)

Descripción	2017	2018	2019	2020	2021
Sueldos Administrativos	22.391,20	22.641,98	22.895,57	23.152,00	23.411,30
Servicios básicos	638,40	645,55	652,78	660,09	667,48
Materiales de limpieza	287,70	290,92	294,18	297,48	300,81
Materiales de oficina	163,80	165,63	167,49	169,37	171,26
Depreciaciones	9.947,03	9.947,03	9.947,03	9.947,03	9.947,03
Amortizaciones	2.950,00	-	-	-	-
TOTAL GASTOS	36.378,13	33.691,11	33.957,05	34.225,96	34.497,88

Fuente: Estudio Técnico de inversiones

Elaborado por: La Autora

5.2.3 Gastos de ventas

Los gastos de ventas están relacionados con los sueldos del personal de ventas, egresos por publicidad y propaganda que la empresa utilizará para promocionar el producto. Estos valores crecerán el 1,12% por efecto inflacionario a partir del segundo año de funcionamiento.

Tabla 80 Gasto remuneración personal de ventas (USD)

Denominación	Cant	RMU	Sub Total	Aporte Patronal	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondos De Reserva	Total Mes	Total Anual
Conductor	1,00	500,00	500,00	60,75	41,67	31,25	41,67	675,33	8.104,00
TOTAL			500,00	60,75	41,67	31,25	41,67	675,33	8.104,00

Fuente: Estudio Técnico de inversiones

Elaborado por: La Autora

Establecido el valor de la remuneración anual con sus respectivos beneficios sociales se proyecta para los cinco años de vigencia del proyecto con una tasa de crecimiento del 1,12% anual por efecto inflacionario.

Tabla 81 Gasto remuneración personal de ventas proyectado (USD)

DENOMINACIÓN	2017	2018	2019	2020	2021
Conductor	8.104,00	8194,76	8286,55	8379,36	8473,20
TOTAL	8.104,00	8.194,76	8.286,55	8.379,36	8.473,20

Fuente: Tabla N° 80

Elaborado por: La Autora

Para la publicidad se tiene definido realizar por medio de la radio de mayor sintonía de la zona de Intag, que para el presente proyecto es la radio INTAG, que tiene como base de operaciones la parroquia Apuela y que tiene cobertura en toda la zona, además dentro de este rubro se toma en cuenta el combustible los lubricantes y el mantenimiento del vehículo en vista que estará destinado exclusivamente para el área de ventas.

Tabla 82 Gastos del área de ventas

PRODUCTO	2017	2018	2019	2020	2021
cuñas radiales	600,00	606,72	613,52	620,39	627,33
Combustible Diésel	1.244,40	1.258,34	1.272,43	1.286,68	1.301,09
Lubricantes	132,00	133,48	134,97	136,49	138,01
Mantenimiento vehículo	1.000,00	1.011,20	1.022,53	1.033,98	1.045,56
Matricula	150,00	151,68	153,38	155,10	156,83
TOTAL	3.126,40	3.161,42	3.196,82	3.232,63	3.268,83

Fuente: Estudio Técnico del proyecto

Elaborado por: La Autora

Determinado todos los gastos que se incurren en el departamento de ventas se resume en la siguiente tabla:

Tabla 83 Resumen de gastos del área de ventas (USD)

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Remuneraciones de ventas	8.104,00	8.194,76	8.286,55	8.379,36	8.473,20
Promoción y publicidad	3.126,40	3.161,42	3.196,82	3.232,63	3.268,83
TOTAL	11.230,40	11.356,18	11.483,37	11.611,98	11.742,04

Fuente: Estudio Técnico del proyecto

Elaborado por: La Autora

5.2.4 Gastos financieros

La inversión total para poner en marcha el proyecto corresponde a 122.241,18 USD, de los cuales se financiarán 72.753,38 USD, mediante un préstamo hipotecario a cinco años plazo a un interés anual efectiva del 10,21 %. En BAN ECUADOR, Que financia para proyectos productivos.

Los gastos financieros que se prevé se encuentran relacionados con los intereses bancarios, por el crédito otorgado. Para el cálculo de la cuota constante de amortización mensual del préstamo a realizarse, se procedió mediante la siguiente fórmula:

$$V_c = \frac{(M_p)(i)(1+i)^n}{[(1+i)^n - 1]}$$

Simbología y datos:

Valor cuota: $V_C = ?$

Monto del préstamo: $M_p = 72.753,38$

Tasa interés mensual: $i = 0,00850833$

Períodos: $n = 60$ meses (5 años)

$$V_c = \frac{(72753,38) (0,00850833) (1 + 0,00850833)^{60}}{[(1 + 0,00850803)^{60} - 1]}$$

$$V_c = 1553,32 \text{ USD}$$

En la fórmula de cálculo para sacar el valor de cuota mensual, la tasa de interés mensual, se obtiene a partir del interés anual del 10,21 %, el cual, se lo divide para 12 meses dando el valor de 0,858333333 % mensual, es decir una tasa de interés mensual de 0,008583333. Los 60 meses corresponden a los cinco años de duración del proyecto.

La tabla de amortización mensual está en concordancia al pago de intereses, conforme se irá pagando el capital, razón por la cual los primeros meses, se pagará el interés alto.

Tabla 84 Tabla de amortización del préstamo

NRO	VALOR CUOTA	INTERÉS	ABONO AL CAPITAL	SALDO INSOLUTO
1	1.553,32	619,01	934,31	71.819,06
2	1.553,32	611,06	942,26	70.876,80
3	1.553,32	603,04	950,28	69.926,52
4	1.553,32	594,96	958,36	68.968,16
5	1.553,32	586,80	966,52	68.001,64
6	1.553,32	578,58	974,74	67.026,90
7	1.553,32	570,29	983,04	66.043,86
8	1.553,32	561,92	991,40	65.052,46
9	1.553,32	553,49	999,83	64.052,63
10	1.553,32	544,98	1.008,34	63.044,29
11	1.553,32	536,40	1.016,92	62.027,37
12	1.553,32	527,75	1.025,57	61.001,79
13	1.553,32	519,02	1.034,30	59.967,50
14	1.553,32	510,22	1.043,10	58.924,40
15	1.553,32	501,35	1.051,97	57.872,42

NRO	VALOR CUOTA	INTERES	ABONO AL CAPITAL	SALDO INSOLUTO
16	1.553,32	492,40	1.060,92	56.811,50
17	1.553,32	483,37	1.069,95	55.741,55
18	1.553,32	474,27	1.079,05	54.662,49
19	1.553,32	465,09	1.088,24	53.574,26
20	1.553,32	455,83	1.097,49	52.476,76
21	1.553,32	446,49	1.106,83	51.369,93
22	1.553,32	437,07	1.116,25	50.253,68
23	1.553,32	427,58	1.125,75	49.127,93
24	1.553,32	418,00	1.135,33	47.992,61
25	1.553,32	408,34	1.144,99	46.847,62
26	1.553,32	398,60	1.154,73	45.692,89
27	1.553,32	388,77	1.164,55	44.528,34
28	1.553,32	378,86	1.174,46	43.353,88
29	1.553,32	368,87	1.184,45	42.169,43
30	1.553,32	358,79	1.194,53	40.974,90
31	1.553,32	348,63	1.204,69	39.770,20
32	1.553,32	338,38	1.214,94	38.555,26
33	1.553,32	328,04	1.225,28	37.329,98
34	1.553,32	317,62	1.235,71	36.094,27
35	1.553,32	307,10	1.246,22	34.848,05
36	1.553,32	296,50	1.256,82	33.591,23
37	1.553,32	285,81	1.267,52	32.323,71
38	1.553,32	275,02	1.278,30	31.045,41
39	1.553,32	264,14	1.289,18	29.756,23
40	1.553,32	253,18	1.300,15	28.456,08
41	1.553,32	242,11	1.311,21	27.144,87
42	1.553,32	230,96	1.322,36	25.822,51
43	1.553,32	219,71	1.333,62	24.488,89
44	1.553,32	208,36	1.344,96	23.143,93
45	1.553,32	196,92	1.356,41	21.787,52
46	1.553,32	185,38	1.367,95	20.419,58
47	1.553,32	173,74	1.379,59	19.039,99
48	1.553,32	162,00	1.391,32	17.648,67
49	1.553,32	150,16	1.403,16	16.245,51
50	1.553,32	138,22	1.415,10	14.830,40
51	1.553,32	126,18	1.427,14	13.403,26
52	1.553,32	114,04	1.439,28	11.963,98
53	1.553,32	101,79	1.451,53	10.512,45
54	1.553,32	89,44	1.463,88	9.048,57
55	1.553,32	76,99	1.476,33	7.572,24
56	1.553,32	64,43	1.488,90	6.083,34
57	1.553,32	51,76	1.501,56	4.581,78
58	1.553,32	38,98	1.514,34	3.067,44
59	1.553,32	26,10	1.527,22	1.540,22
60	1.553,32	13,10	1.540,22	0,00
TOTALES	93.199,35	20.445,97	72.753,38	

Fuente: BAN ECUADOR Enero 2017

Elaborado por: La Autora

De los datos obtenidos en la tabla de amortización del crédito otorgado por la CFN se resume en la siguiente tabla:

Tabla 85 Resumen de gastos financieros

TABLA DE INTERÉS ANUAL DEL CRÉDITO FINANCIERO						
CONCEPTO	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	TOTAL
INTERÉS	6.888,29	5.630,68	4.238,49	2.697,31	991,20	20.445,97
CAPITAL	11.751,58	13.009,19	14.401,38	15.942,56	17.648,67	72.753,38
TOTAL	18.639,87	18.639,87	18.639,87	18.639,87	18.639,87	93.199,35

Fuente: BAN ECUADOR Enero 2017

Elaborado por: La Autora

5.2.5 Resumen de costos y gastos

En la siguiente tabla se resumen todos los costos y gastos que incurre el proyecto para cumplir con su función en un horizonte de cinco años de funcionamiento.

Tabla 86 Resumen de Costos y Gastos (USD)

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
CONCEPTO/ ANOS	año 2017	año 2018	año 2019	año 2020	año 2021
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materia Prima Directa	30.000,00	3.640,32	3.681,09	3.722,32	3.764,01
Mano de Obra Directa	24.687,00	24.963,49	25.243,09	25.525,81	25.811,70
costos Indirectos de Fabricación	18.736,70	18.946,55	19.158,75	19.373,33	19.590,31
TOTAL	73.423,70	47.550,37	48.082,93	48.621,46	49.166,02
OTROS GASTOS					
Gastos Administrativos	36.378,13	33.691,11	33.957,05	34.225,96	34.497,88
Gastos de ventas	11.230,40	11.356,18	11.483,37	11.611,98	11.742,04
Gastos Financieros	6.888,29	5.630,68	4.238,49	2.697,31	991,20
TOTAL	54.496,81	50.677,97	49.678,91	48.535,25	47.231,12
TOTAL PRESUPUESTO	127.920,51	98.228,34	97.761,84	97.156,71	96.397,14

Fuente: Estudio Financiero del proyecto

Elaborado por: La Autora

5.3 Balance de situación inicial

Para el balance general se consideró las cuentas de activos, así como las de pasivos y patrimonio que constituirán la empresa IMBAMORINGA CIA LTDA.

Tabla 87 Balance de situación inicial

IMBAMORINGA CIA LTDA			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL PROFORMA			
BALANCE DE ARRANQUE			
AÑO 0			
<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
ACTIVO CORRIENTE	26.537,80	PASIVO CORRIENTE	11.751,58
Activos disponibles	26.537,80	Porción Corriente préstamo Hipotecario	11.751,58
Capital Trabajo	26.537,80		
		PASIVO LARGO PLAZO	61.001,79
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	92.753,38	Pasivo a Largo Plazo	61.001,79
Terreno	20.000,00		
Infraestructura	27.000,00	TOTAL PASIVO	72.753,38
vehículo	30.000,00		
Equipos Y Materiales	7.330,00		
Equipos De Computo	4.800,38	PATRIMONIO	49.487,80
Muebles Y Enseres	1.639,00	Capital Propio	49.487,80
herramientas y prendas de protección	1.984,00		
ACTIVOS DIFERIDOS	2.950,00	TOTAL PATRIMONIO	49.487,80
Constitución y funcionamiento	2.950,00		
TOTAL ACTIVO	122.241,18	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	122.241,18

Fuente: Estudio Técnico del proyecto

Elaborado por: La Autora

5.4 Estado de resultados proyectado

Para los cálculos del estado de resultados o también denominado pérdidas y ganancias se determina todos los ingresos y egresos estimados del proyecto, cuya diferencia nos da como resultado la utilidad del ejercicio económico. Como proyecto cumplirá con las disposiciones tributarias se procederá con el pago del 15% de la participación de los trabajadores y la disposición transitoria primera de Código de la Producción aprobado en Diciembre del 2010 sobre el impuesto a la renta que manifiesta textualmente:

“La reducción de la tarifa de Impuesto a la renta de sociedades contemplada en la reforma al Art. 37 de la Ley de Régimen Tributario Interno, se aplicará de forma progresiva en los siguientes términos: durante el ejercicio fiscal 2011, la tarifa impositiva será del 24%, durante el ejercicio fiscal 2012, la tarifa impositiva será del 23% y a partir del ejercicio fiscal 2013 en adelante la tarifa impositiva será del 22%”

Tabla 88 Estado de Resultados Proyectado (USD)

IMBAMORINGA CIA LTDA					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
DESCRIPCIÓN	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Ventas	137.812,50	156.078,72	174.736,82	182.393,67	201.727,40
(-) Costos de Producción	73.423,70	47.550,37	48.082,93	48.621,46	49.166,02
Utilidad Bruta En Ventas	64.388,80	108.528,35	126.653,89	133.772,21	152.561,38
(-) Gastos de Administración	36.378,13	33.691,11	33.957,05	34.225,96	34.497,88
Sueldos Administrativos	22.391,20	22.641,98	22.895,57	23.152,00	23.411,30
Servicios básicos	638,40	645,55	652,78	660,09	667,48
Materiales de limpieza	287,70	290,92	294,18	297,48	300,81
Materiales de oficina	163,80	165,63	167,49	169,37	171,26
Depreciaciones	9.947,03	9.947,03	9.947,03	9.947,03	9.947,03
Amortizaciones	2.950,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Gastos de Ventas	11.230,40	11.356,18	11.483,37	11.611,98	11.742,04
remuneraciones de ventas	8.104,00	8.194,76	8.286,55	8.379,36	8.473,20
cuñas radiales	600,00	606,72	613,52	620,39	627,33
Combustible Diésel	1.244,40	1.258,34	1.272,43	1.286,68	1.301,09
Lubricantes	132,00	133,48	134,97	136,49	138,01
Mantenimiento vehículo	1.000,00	1.011,20	1.022,53	1.033,98	1.045,56
Matricula	150,00	151,68	153,38	155,10	156,83
(=) Utilidad Operacional	16.780,27	63.481,06	81.213,47	87.934,27	106.321,46
(-) Gastos Financieros	6.888,29	5.630,68	4.238,49	2.697,31	991,20
Intereses Pagados	6.888,29	5.630,68	4.238,49	2.697,31	991,20
(=) Utilidad Antes Reparto trabajadores	9.891,99	57.850,38	76.974,98	85.236,96	105.330,26
15% Participación Trabajadores	1.483,80	8.677,56	11.546,25	12.785,54	15.799,54
(=) Utilidad Antes De Impuestos	8.408,19	49.172,82	65.428,73	72.451,41	89.530,72
22% Impuesto a la Renta	1.849,80	10.818,02	14.394,32	15.939,31	19.696,76
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	6.558,39	38.354,80	51.034,41	56.512,10	69.833,96

Fuente: Estudio Financiero del proyecto

Elaborado por: La Autora

5.5 Flujo de caja proyectado

Para determinar el flujo de caja con que contaremos en cada período se concilian las entradas y salidas efectivas de dinero, es por eso que a la utilidad operativa del período se suman las depreciaciones y amortizaciones en vista que estas no son erogaciones de efectivo; además en el último periodo se suman los valores que se pueden rescatar por venta de los activos fijos, los mismos que se toma el valor en libros contable.

El flujo de Caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto; debido a que, con los resultados se procederá a efectuar la evaluación financiera del proyecto y poder establecer la factibilidad del mismo.

Tabla 89 Flujo de caja proyectado

DETALLE	Año Base	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
INVERSIÓN INICIAL	-122.241,18					
UTILIDAD EJERCICIO		6.558,39	38.354,80	51.034,41	56.512,10	69.833,96
(+) Depreciaciones		9.947,03	9.947,03	9.947,03	9.947,03	9.947,03
(-) Reinversión		-	-	4.800,38	-	-
(-) Pago capital		11.751,58	13.009,19	14.401,38	15.942,56	17.648,67
(+) Recuperación Bienes (VL)						25.834,63
(+) Recuperación Capital Trabajo						26.537,80
FLUJO NETO DE CAJA	-122.241,18	4.753,83	35.292,64	41.779,68	50.516,57	114.504,74

Fuente: Estudio Financiero del proyecto

Elaborado por: La Autora

5.6 Determinación del costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio

La tasa de rendimiento medio sirve para calcular el costo beneficio tanto de ingresos como para los egresos, los flujos de caja y la recuperación de la inversión. Constituye una referencia de cálculo para medir la factibilidad del proyecto.

La tasa de rendimiento medio tiene dos componentes:

a) Costo de capital (del inversionista y del crédito).

b) Nivel de riesgo (expresado en una tasa de inflación).

Para la determinación del costo de capital, se estableció la aplicación del financiamiento propio y prestado, aplicándose una tasa del 5,08% del capital propio (Banco Central del Ecuador, 2017). Y para el capital prestado se aplicó el 10,21 %, determinada por BAN ECUADOR a enero del 2017 para financiar proyectos productivos.

Tabla 90 Costo del capital

Forma de financiamiento inicial	Valor \$	Porcentaje participación	Costo de capital (kp) ponderado	Costo de capital neto (kp)
Propio	49.487,80	40%	5,08	2,0566
Financiado vía crédito	72.753,38	60%	10,21	6,0766
TOTAL	122.241,18	100,00%		8,1332
			CK	8,13%

Fuente: BAN ECUADOR, BCE, Enero 2017

Elaborado por: La Autora

Luego se estableció un ajuste de costo de capital que para el presente proyecto está determinado por la tasa inflacionaria al 31 de diciembre del 2016 que se estableció en 1,12% misma que se utiliza para todos los cálculos de proyecciones del proyecto, para lo cual se utiliza la siguiente formula:

$$TRM = (1 + INF) (1 + CK) - 1$$

De donde:

IFM Tasa inflacionaria 1,12%

CK Costo del capital 8,13%

$$TRM = (1 + 1,12\%) (1 + 8,13\%) - 1$$

$$TRM = 9,34\%$$

Por lo tanto 9,34% constituirá la tasa de descuento para ser aplicada en los indicadores económicos.

5.7 Evaluación financiera

Es un estudio más detallado en el que se contrasta la información económico financiero con la finalidad de determinar la factibilidad del proyecto de inversión, misma que se elabora sobre la de información obtenida de las fuentes primarias como son los ingresos, costos y gastos del proyecto.

5.7.1 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) es la diferencia que se obtiene de los flujos de efectivo esperados y el valor presente o actual del desembolso o inversión original; que representa la diferencia entre ingresos y egresos, valor del que es descontado al costo de la capital que es la tasa de rendimiento (TMR) que una empresa debe percibir sobre sus inversiones proyectadas a fin de mantener el valor de mercado. El valor presente neto, se calculó tomando en cuenta el costo de oportunidad 9,34%, y se lo calcula con la siguiente formula:

$$VAN = -A + \frac{FNC_1}{(1+i)^1} + \frac{FNC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+i)^n}$$

FNC Flujo de Caja

i.- Tasa de redescuento

n.- Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto de inversión.

VAN, positivo significa que existe rentabilidad.

VAN, Negativo inversión no rentable o no atractiva.

Tabla 91 Valor Actual Neto (VAN)

Año	Flujo De Fondos	Factor De Actualización	Flujo De Fondos Actualizados
0	(122.241,18)	-	(122.241,18)
1	4.753,83	0,914542616	4.347,58
2	35.292,64	0,836388196	29.518,35
3	41.779,68	0,764912648	31.957,81
4	50.516,57	0,699545214	35.338,62
5	114.504,74	0,639763910	73.256,00
VAN			52.177,18

Fuente: Estudio Financiero del proyecto

Elaborado por: La Autora

Siendo la suma de los flujos de efectivo descontados de \$174.418,36 superior a la inversión inicial de \$122.241,18; la planta de producción y comercialización de moringa logrará cubrir la inversión inicial y generará una utilidad en torno al movimiento del proyecto en los 5 años que será de \$ 52.177,18.

5.7.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios son exactamente iguales a los desembolsos iniciales.

La tasa interna de retorno deberá ser mayor que la tasa de redescuento para que la inversión sea aceptada.

Para el cálculo del TIR, se aplicó el método de interpolación de tasas, estableciendo para ello la aplicación de dos tasas arbitrarias, siendo:

- Tasa superior: 20,50%
- Tasa Inferior: 20,00%

Las tasas anteriores permitieron obtener un VAN positivo y un VAN negativo, que permite interpolar las tasas obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 92 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Año	Flujo De Fondos	Tasa De Descuento	
		20,00%	20,50%
0	(122.241,18)	(122.241,18)	(122.241,18)
1	4.753,83	3.961,53	3.945,09
2	35.292,64	24.508,78	24.305,81
3	41.779,68	24.178,06	23.878,33
4	50.516,57	24.361,77	23.959,94
5	114.504,74	46.016,89	45.070,07
VAN		785,84	(1.081,94)
TIR		20,21%	

Fuente: Estudio Financiero del proyecto

Elaborado por: La Autora

Con estos datos y aplicando La fórmula con la que se calcula la TIR es:

$$TIR = TM - \frac{(TM - Tm) VAN TM}{VAN TM - VAN Tm}$$

En donde:

TM = Tasa Mayor

Tm = Tasa menor

VAN = Valor actual neto

$$TIR = 20,50\% - \frac{(20,50\% - 20,00\%) * (-1081,94)}{(-1081,94) - 785,84}$$

$$TIR = 20,21 \%$$

Este resultado nos permite determinar que el proyecto es factible, ya que es superior a la tasa de rendimiento medio, y permite igualar a la sumatoria actualizada, de los flujos de efectivo con la inversión inicial.

5.7.3 Beneficio costo

La evaluación de la razón consiste en sumar todos los flujos originarios de la inversión descontados con la TRM y luego el total se divide para la los egresos, con lo cual se obtiene, en promedio, el número de unidades monetarias recuperadas por cada unidad de inversión.

Para realizar la relación entre costo beneficio se utilizará la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{\sum INGRESOS ACTUALIZADOS}{\sum EGRESOS ACTUALIZADOS}$$

Tabla 93 Relación Beneficio Costo

Año	Ingresos Totales	Egresos Totales	Factor De Actualización	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
1	137.812,50	127.920,51	0,9145426	126.035,40	116.988,76
2	156.078,72	98.228,34	0,8363882	130.542,40	82.157,02
3	174.736,82	97.761,84	0,7649126	133.658,40	74.779,27
4	182.393,67	97.156,71	0,6995452	127.592,62	67.965,51
5	201.727,40	96.397,14	0,6397639	129.057,91	61.671,41
TOTALES				646.886,73	403.561,98

Fuente: Tabla N° 60 y Tabla N°86

Elaborado por: La Autora

Con estos datos aplicamos en la fórmula:

$$B/C = \frac{646.886,73}{403.562,98}$$

$$B/C = 1,60$$

Este indicador refleja que el ingreso actualizado es superior en 1,60 veces a los costos actualizados, lo que indica que por cada dólar invertido se generará \$ 0,60 de utilidad respecto de los gastos incurridos en el proyecto.

5.7.4 Periodo de recuperación

Es el tiempo necesario para que la suma de los flujos de caja actualizados del proyecto iguale al desembolso inicial, es decir, el tiempo que se tarda en recuperarse la inversión inicial, de acuerdo con este criterio, un proyecto de inversión será factible siempre que su plazo de recuperación sea inferior o igual al horizonte de análisis establecido para proyecto.

Tabla 94 Periodo de recuperación de la inversión

Año	Flujo De Fondos	Inversión Inicial
0		(122.241,18)
1	4.753,83	4.753,83
2	35.292,64	40.046,47
3	41.779,68	81.826,15
4	50.516,57	40.415,03
5	114.504,74	-

Fuente: Tabla N° 89

Elaborado por: La Autora

El tiempo exacto para lograr recuperar la inversión del proyecto es la siguiente:

- Flujos de fondos de los tres primeros años \$81.826,15
- Flujo de fondo cuarto año para cubrir inversión \$40.415,03

Dividimos el flujo necesario para cubrir la inversión para el flujo total del cuarto año $40.415,03 / 50.516,57 = 0.800$ que es la fracción del año necesario en el cuarto período. Por lo tanto el tiempo necesario para recuperar la inversión es igual a la sumatoria de todos los periodos, dando como resultado:

PR = 3,80 años

PR = 3 años, 9 meses, 184 días

5.7.5 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se refiere a la cantidad o al monto de ventas que hace que los ingresos totales sean iguales a los costos totales, en este caso ni se pierde ni se gana, es decir la utilidad es cero. Además el punto de equilibrio únicamente es válido para el año 1, porque entre más dura el proyecto el pronóstico es menos cierto.

Para calcular el punto de equilibrio en dólares se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IV}}$$

De donde:

PE\$ Punto de equilibrio en dólares

CF Costos Fijos

CV Costos Variables

IV Ingresos por ventas

Tabla 95 Punto de equilibrio en dólares y unidades

DETALLE	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
INGRESOS	137.812,50	156.078,72	174.736,82	182.393,67	201.727,40
Ventas	137.812,50	156.078,72	174.736,82	182.393,67	201.727,40
COSTOS FIJOS					
Mano de Obra Directa	24.687,00	24.963,49	25.243,09	25.525,81	25.811,70
Gastos Administrativos	36.378,13	33.691,11	33.957,05	34.225,96	34.497,88
Gastos de ventas	11.230,40	11.356,18	11.483,37	11.611,98	11.742,04
Gastos Financieros	6.888,29	5.630,68	4.238,49	2.697,31	991,20
Total Costo Fijo	79.183,81	75.641,47	74.921,99	74.061,06	73.042,82
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima	30.000,00	3.640,32	3.681,09	3.722,32	3.764,01
Costos Indirectos de fabricación	18.736,70	18.946,55	19.158,75	19.373,33	19.590,31
Total de Costos Variables	48.736,70	22.586,87	22.839,84	23.095,65	23.354,32
Costo Total	127.920,51	98.228,34	97.761,84	97.156,71	96.397,14
PE (\$)	122.508,24	88.440,03	86.187,57	84.798,73	82.606,29
PE (U)	17.501	12.494	12.041	11.716	11.287
PORCENTAJE	89%	57%	49%	46%	41%

Fuente: Estudio Financiero del proyecto

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO VI

6 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1 Nombre de la empresa

El nombre de la empresa nace de la combinación la palabra Imbabura y de la palabra Moringa que combinadas entre si describe las actividades a las que se va dedicar la empresa así como la ubicación de la misma, dando como resultado un nombre corto y conciso que incluye todo lo que se quiere decir de la empresa y es fácil de recordar; también para determinar el nombre de la empresa se toma en consideración la parte legal y de acuerdo con la conformación será de responsabilidad limitada; quedando establecido el nombre de la siguiente manera:

“IMBAMORINGA CIA LTDA”

6.1.1 Logotipo de la empresa

La presentación del logotipo representa los colores de la bandera de Imbabura para darle énfasis a los productos Imbabureños, al inicio posee una hojita de moringa para darle un toque de naturaleza, y la palabra moringa, que es el nombre de la planta en un tono verde para no perder el tono de naturaleza y representa armonía con el eslogan de la zona de Intag que dice: *“Zona de Intag, corazón verde del mundo”*.



Elaborado por: La Autora

“Suplemento alimenticio orgánico”, eslogan que hace referencia al tipo de producto que la empresa va a comercializar y al poder alimenticio que tiene la planta.

El nombre y slogan hacen la combinación de lo que el producto es, es Ecuatoriano, Imbabureño, denota el nombre de la planta y se hace énfasis a los atributos espectaculares que tiene esta planta con el slogan, se espera poder llegar a las personas y lograr que tanto el nombre y slogan queden posesionados en la mente de las personas.

6.2 Misión de la empresa

Constituye el primer elemento de una organización, mediante el cual se establece la razón de ser de la nueva unidad de producción; es decir el porqué de sus existencia, por qué se desea crear la empresa.

“IMBAMORINGA CIA LTDA. Es una empresa dedicada al cultivo y comercialización de moringa oleífera, con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas de la zona de Intag, contribuyendo a que los clientes sean más saludables, felices y energéticos”.

6.3 Visión de la empresa

La visión constituye el segundo componente de la organización, enunciado en el cual se logra plasmar la proyección de la empresa, describiendo la imagen futura que se desea obtener en un periodo de tiempo determinado.

“Para el año 2021 IMBAMORINGA CIA LTDA. Será una empresa líder en el cultivo y comercialización de moringa oleífera en la zona de Intag, generando productos confiables y efectivos que promuevan salud y nutrición en la dieta de los consumidores”.

6.4 Principios y valores de la empresa

Los principios y valores corporativos que nos inspiramos día a día a IMBAMORINGA CIA LTDA. Están relacionados a las creencias y convicciones que influyen decisivamente en la conducta personal y profesional que deben tener todos los trabajadores, independiente del cargo o de la función que ocupen.

6.4.1 Principios:

- **Ayuda Mutua.-** Hombres y mujeres trabajen conjuntamente, con el objetivo de alcanzar una misma meta.
- **Responsabilidad Institucional:** El manejo eficiente de los recursos, en la realización de las actividades, de modo que se cumplan con excelencia y calidad; tanto los objetivos como las metas Institucionales.
- **Responsabilidad Social:** Apoyar las acciones realizadas, para el desarrollo de la comunidad y el mejoramiento de las condiciones de vida de los sectores más desprotegidos de la sociedad.
- **Responsabilidad Ambiental:** Promover el cuidado del medio ambiente, para garantizar la calidad de vida de las generaciones futuras, a través prácticas responsables dentro del enfoque de sostenibilidad ambiental y la búsqueda de la eficiencia en los procesos, para lograr un nivel óptimo en el uso de los recursos.

6.4.2 Valores

- **Honestidad:** Los intereses colectivos, deben prevalecer al interés particular, y que el actuar se realice con la debida transparencia y, esté dirigido a alcanzar los propósitos de la empresa.

- **Lealtad:** Velar por la confidencialidad de la información y el buen nombre de la empresa.
- **Respeto:** Comprender y aceptar la condición inherente de las personas, como seres humanos con derechos y deberes.
- **Justicia:** Dar a cada quien lo que le corresponde, de conformidad con sus méritos y los derechos que le asisten.

6.5 Políticas de la empresa

Es la orientación o directriz que debe ser divulgada, entendida y acatada por todos los trabajadores de la empresa IMBAMORINGA CIA LTDA, pues en ellas se contemplan las normas y responsabilidades de cada área de la empresa.

6.5.1 Políticas administrativas

Una política, es un plan general de acción, que guía a los miembros de una organización en la conducta de su operación. La empresa Tomará en cuenta las siguientes:

- Programar capacitaciones constantes necesarias, para que el personal de la empresa este en constante aprendizaje, para mejorar el desempeño de sus funciones, logrando eficiencia y calidad en sus actividades.
- Se sancionará con multa pecuniaria del 10% del Remuneración Básica Unificada en caso de incumplimiento de funciones, políticas y procedimientos establecidos por la empresa.
- Se pagará la remuneración justa para cada trabajador, tomando en cuenta las estipulaciones de ley. Su pago será mensual.
- El personal debe ingresar a su trabajo puntualmente, por cada atraso se aplicará una multa equivalente a 1,00 dólar por minuto.

- Se pagará horas extras a los trabajadores que sobrepasen su horario de trabajo y su cálculo se hará sujetándose al Código de Trabajo.
- Si el trabajador necesita un permiso para ausentarse de su trabajo, deberá notificarlo con un día de anticipación.
- Si existe calamidad doméstica, se otorgará los permisos que por ley le corresponde al trabajador.
- El horario de trabajo para el personal, será de 07h00 a 12h30 por la mañana y de 14h00 a 16h30 en la tarde de lunes a viernes.
- El trabajador deberá registrar el ingreso y salida de mercadería. en el instante que se realiza el acto.
- La secretaria contadora deberá realizar el cuadre de la caja diario, el tiempo que lleve realizarlo, no se tomara en cuenta como horas extras, ya que están cumpliendo con sus obligaciones.
- El personal deberá utilizar su equipo de protección personal, para evitar cualquier accidente laboral; quien no lo haga, recibirá la sanción correspondiente.
- El uso del celular será moderado y controlado debido a que, puede causar distracción en el desempeño de sus funciones.
- Los trabajadores deben registrar su hora de ingreso y salida de la empresa, para no tener inconvenientes.

6.5.2 Políticas de ventas

- Atender cordialmente al cliente brindándole la atención necesaria, sin distraerse en otras actividades; ya que el cliente es la razón de ser de la empresa, en lo posible lograr ganarse su confianza otorgándole cualquier información que solicite.

- Se realizarán descuentos hasta el 4%, siempre y cuando sea un monto considerable, si el cliente lo requiere.
- Los clientes que se dedican al comercio, para poderles dar al precio de por mayor, deberá llevar una compra de mínimo 500,00 dólares en efectivo.
- Crear un sitio web, para publicar el producto que se encuentre disponible, y cualquier información importante que los clientes necesiten conocer, como promociones, descuentos, entre otros.
- Cuando un cliente de otra ciudad solicite el envío de mercadería, primero deberá depositar la totalidad del dinero a la cuenta que se le especifique, para realizar el envío de los productos correspondientes.
- La empresa deberá de tener un stock suficiente en la bodega, para poder abastecer la demanda de los clientes, y así satisfacer sus necesidades.

6.6 Organigrama estructural de la empresa

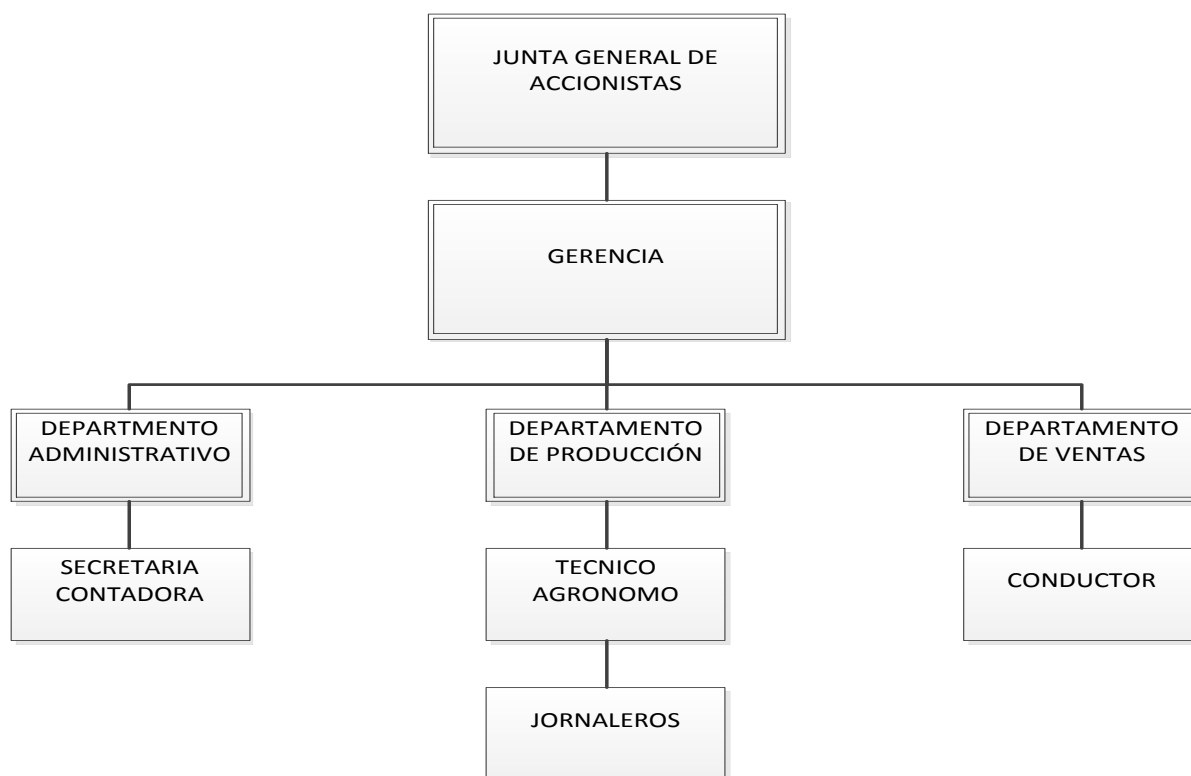
Es la representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa permitiendo visualizarse cada uno de los departamentos o puestos que conforma la organización y poder determinar sus niveles jerárquicos.

La empresa contara con todos los niveles Jerárquicos que determina la ciencia administrativa por tratarse de una empresa de reciente creación que en su fase inicial hasta contar con las condiciones necesarias el administrador o gerente de la empresa debe asumir las funciones de Jefe Departamental en las áreas de recursos humanos, producción y finanzas.

- **NIVEL LEGISLATIVO:** Es el nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo las cuales operara, está conformado por los dueños de la empresa las cuales tomaran el nombre de junta general de accionistas.

- **NIVEL DIRECTIVO:** Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional.
- **NIVEL EJECUTIVO:** Es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo.
- **NIVEL OPERATIVO:** Es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización.

Ilustración 10 Organigrama estructural de la empresa

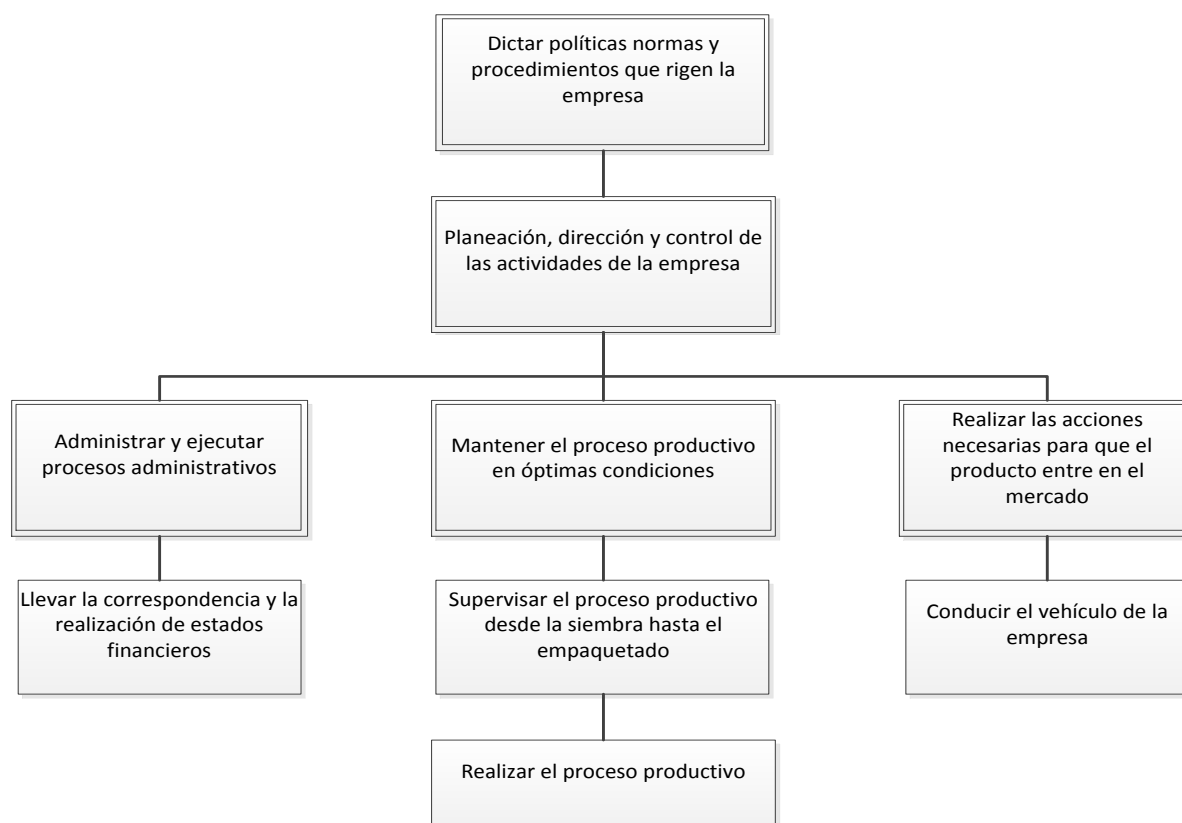


Fuente: Estudio Técnico del proyecto
Elaborado por: La Autora

6.7 Organigrama funcional

En este organigrama se presenta o se da a conocer las funciones más importantes que deben desempeñar y cumplir cada uno de los departamentos, puestos que conforman la estructura organizativa de la Empresa.

Ilustración 11 Organigrama funcional de la empresa




Fuente: Estudio Técnico del proyecto
Elaborado por: La Autora

6.8 Manual de funciones

Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas de la empresa.

Gráfico 19 Manual de funciones de la Junta General de Accionistas

<div></div> <div>MANUAL DE FUNCIONES</div>		
IDENTIFICACIÓN		
Área:	Administrativa	
Cargo:	Junta General De Accionistas	
Reporta a:		
OBJETIVO DEL CARGO		
Decidir sobre todo asunto pertinente a los negocios de la compañía, siempre que no se opongan a la Ley y a los Estatutos.		
FUNCIONES		
<div><div>✓</div><div>Elegir al Presidente, Gerente General, removerlos por causas justificadas y tomar las resoluciones que fueren necesarias para hacer efectiva, en su caso, la responsabilidad que les corresponde.</div></div> <div><div>✓</div><div>Elegir anualmente a 2 Comisarios (Principal y Suplente) que tendrán las atribuciones que señalan la Ley de Compañías y el respectivo reglamento.</div></div> <div><div>✓</div><div>Conocer y resolver sobre el informe del Presidente y del Gerente General relativo a la marcha del negocio.</div></div> <div><div>✓</div><div>Conocer y resolver sobre los estados financieros y sobre los informes presentados por el Presidente y el Gerente General.</div></div> <div><div>✓</div><div>Disponer sobre la constitución de reservas especiales.</div></div> <div><div>✓</div><div>Conocer y resolver sobre la distribución de utilidades de acuerdo a lo propuesto por el Gerente General. Y sobre la constitución de reservas especiales o facultativas.</div></div> <div><div>✓</div><div>Autorizar gravámenes o prendas sobre bienes muebles de la compañía.</div></div> <div><div>✓</div><div>Autorizar gravámenes o enajenaciones sobre bienes inmuebles de la compañía.</div></div> <div><div>✓</div><div>Reformar e interpretar los Estatutos de la compañía.</div></div> <div><div>✓</div><div>Acordar el aumento, disminución o reintegro del capital social autorizado y suscrito.</div></div> <div><div>✓</div><div>Resolver la liquidación de IMBAMORINGA CIA LTDA o prórroga del plazo de duración de la misma.</div></div> <div><div>✓</div><div>Disponer que se establezcan acciones contra los administradores, en caso de ser éstas necesarias.</div></div> <div><div>✓</div><div>Autorizar al Presidente y al Gerente General el otorgamiento de poderes generales.</div></div> <div><div>✓</div><div>Nombrar liquidadores cuando llegue el caso de hacerlo.</div></div> <div><div>✓</div><div>Resolver toda controversia que por derecho propio le corresponda en su calidad de órgano supremo gubernativo de la compañía.</div></div> <div><div>✓</div><div>Resolver cualquier otro asunto que incumba según el Estatuto y las leyes pertinentes, en todo lo que no fuere de competencia exclusiva de otros organismos o funcionarios.</div></div>		
Elaborado por:	Revisado por:	Versión: 001

Fuente: Estructura Organizativa del Proyecto

Elaborado por: La Autora

Gráfico 20 Manual de funciones de Gerente General

<div></div> <div>MANUAL DE FUNCIONES</div>		
IDENTIFICACIÓN		
Área:	Administrativa	
Cargo:	Gerente General	
Reporta a:	Junta General de Accionistas	
OBJETIVO DEL CARGO		
Asegurar el funcionamiento óptimo de todas las áreas de la empresa, encaminando todos los esfuerzos a generar mayor volumen de ventas, de acuerdo a la filosofía de la empresa		
FUNCIONES		
<div><div>✓</div> Generar mayor volumen de ingresos, manteniendo la calidad y el servicio.</div> <div><div>✓</div> Dirigir, Supervisar y Controlar la operación del establecimiento.</div> <div><div>✓</div> Generar y mantener toda la información y controles requeridos por la Junta General de Socios.</div> <div><div>✓</div> Implementar las estrategias y lineamientos establecidos por Junta General de Socios.</div> <div><div>✓</div> Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno de trabajo.</div> <div><div>✓</div> Supervisar el inicio diario de operaciones y generar los reportes necesarios.</div> <div><div>✓</div> Supervisar la operación en las áreas funcionales.</div> <div><div>✓</div> Proveer al personal y áreas de lo necesario para desarrollar sus funciones.</div> <div><div>✓</div> Garantizar que el personal mantenga la excelencia en la atención al cliente.</div> <div><div>✓</div> Supervisar el cierre diario de operaciones y generar los reportes necesarios.</div> <div><div>✓</div> Asignar permisos y descansos, de acuerdo a operación y lineamientos establecidos.</div>		
PERFIL DEL CARGO		
Formación	Título de tercer nivel	
Especialidad	Administración de empresas o afines	
Experiencia	Dos años en cargos similares	
Capacitación	Conocimientos técnicos específicos, Alta gerencia, estrategias de ventas, dirección entre otros.	
Actitudes y competencias específicas	Profesionales	
	<div><div>✓</div> Manejo de software</div> <div><div>✓</div> Atención al cliente</div> <div><div>✓</div> Trabajo en equipo</div> <div><div>✓</div> Capacidad de interrelación</div> <div><div>✓</div> Comunicación.</div> <div><div>✓</div> Trabajo bajo presión</div>	
	Personales	
	<div><div>✓</div> Dinámico</div> <div><div>✓</div> Proactivo</div> <div><div>✓</div> Líder</div>	
Elaborado por:	Revisado por:	Versión: 001

Fuente: Estructura Organizativa del Proyecto

Elaborado por: La Autora

Gráfico 21 manual de funciones Contador (a)

<div></div> <div>MANUAL DE FUNCIONES</div>		
IDENTIFICACIÓN		
Área:	Administrativa	
Cargo:	Contador (a)	
Reporta a:	Gerente General	
OBJETIVO DEL CARGO		
Establecer y ejercer un control permanente del cumplimiento de las disposiciones legales y normas dictadas por los organismos de control y asegurar un proceso contable eficiente.		
FUNCIONES		
<div>✓ Definir y controlar el cumplimiento de las normas y políticas de contabilidad de IMBAMORINGA CIA LTDA, asegurándose que se cumplan las disposiciones legales, contables y fiscales.</div> <div>✓ Elaborar los balances de la empresa.</div> <div>✓ Presentar la información contable de la empresa con la frecuencia que se establezca, el Presidente, el Gerente General y a las áreas u organismos de control que las requieran.</div> <div>✓ Cumplir con el envío de reportes a las entidades de control.</div> <div>✓ Analizar la creación de cuentas y subcuentas contables y sus repercusiones o impactos en el Balance de la empresa.</div> <div>✓ Mantener actualizadas las conciliaciones de cuentas contables y bancarias de IMBAMORINGA CIA LTDA.</div> <div>✓ Efectuar el proceso de cancelación de facturas por adquisiciones de IMBAMORINGA CIA LTDA, siguiendo las normas vigentes relacionadas con efectos tributarios.</div> <div>✓ Transferir al SRI los fondos recibidos por las retenciones tributarias efectuadas.</div> <div>✓ Elaborar todos los formularios correspondientes para el cumplimiento de las obligaciones fiscales con el SRI, y efectuar su cancelación.</div> <div>✓ Responsable de que el proceso de contabilidad de IMBAMORINGA CIA LTDA, se realice de acuerdo a los principios de contabilidad generalmente aceptados.</div> <div>✓ Velar porque los ajustes contables se realicen dentro de las políticas establecidas y emitir reportes de los mismos.</div> <div>✓ Las demás funciones que le asigne gerencia general.</div>		
PERFIL DEL CARGO		
Formación	Título de tercer nivel	
Especialidad	Contabilidad	
Experiencia	Dos años en cargos similares	
Capacitación	Conocimientos específicos en Contabilidad, Tributación, IESS	
Actitudes y competencias específicas	Profesionales	
	<div>✓ Manejo de software</div> <div>✓ Capacidad de interrelación</div> <div>✓ Trabajo bajo presión</div>	
	Personales	
	<div>✓ Dinámico</div> <div>✓ Proactivo</div> <div>✓ Líder</div>	
Elaborado por:	Revisado por:	Versión: 001

Fuente: Estructura Organizativa del Proyecto

Elaborado por: La Autora

Gráfico 22 Manual de funciones del Técnico Agrónomo

<div></div> <div>MANUAL DE FUNCIONES</div>		
IDENTIFICACIÓN		
Área:	Producción	
Cargo:	Técnico Agrónomo	
Reporta a:	Gerente General	
OBJETIVO DEL CARGO		
Participar en el desarrollo de actividades de investigación, asistencia y extensión de la plantación, a fin de mejorar la producción.		
FUNCIONES		
<div><div>✓</div>Supervisa el manejo y mantenimiento de viveros y área de siembra.</div> <div><div>✓</div>Participa en el desarrollo de proyectos agrícolas programados por la Institución.</div> <div><div>✓</div>Realiza estudios de condiciones de explotación agrícola.</div> <div><div>✓</div>Suministra información en materia de su competencia.</div> <div><div>✓</div>Solicita y lleva control de los químicos, materiales y equipos necesarios para la ejecución de las actividades.</div> <div><div>✓</div>Elabora y coordina estudios de mercado de los diversos proyectos.</div> <div><div>✓</div>Supervisa el mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos e implementos del área.</div> <div><div>✓</div>Participa en la realización del inventario físico de materiales y equipos.</div> <div><div>✓</div>Hace seguimiento y evalúa el desarrollo de los programas.</div> <div><div>✓</div>Establece y mantiene registro y control de la producción.</div> <div><div>✓</div>Coordina y supervisa la recolección y preparación de la materia prima, previo proceso de empaquetado.</div> <div><div>✓</div>Participa en la elaboración del presupuesto de la unidad.</div> <div><div>✓</div>Supervisa y distribuye las actividades del personal a su cargo.</div> <div><div>✓</div>Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.</div> <div><div>✓</div>Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.</div> <div><div>✓</div>Las demás funciones que le asigne gerencia general.</div>		
PERFIL DEL CARGO		
Formación	Tercer Nivel	
Especialidad	Técnico Superior Agronomía o afines	
Experiencia	Dos años en cargos similares	
Capacitación	Conocimientos técnicas agropecuarias, Química, Leyes y Normativas del Agro	
Actitudes y competencias específicas	Profesionales	
	<div><div>✓</div>Organizar el trabajo</div> <div><div>✓</div>Informes técnicos</div> <div><div>✓</div>Trabajo bajo presión</div>	
	Personales	
	<div><div>✓</div>Dinámico</div> <div><div>✓</div>Proactivo</div> <div><div>✓</div>Líder</div>	
Elaborado por:	Revisado por:	Versión: 001

Fuente: Estructura Organizativa del Proyecto

Elaborado por: La Autora

Gráfico 23 manual de funciones de los jornaleros

<div></div> <div>MANUAL DE FUNCIONES</div>		
IDENTIFICACIÓN		
Área:	Producción	
Cargo:	Jornaleros	
Reporta a:	Técnico Agrónomo	
OBJETIVO DEL CARGO		
Realizar las actividades operativas y productivas que requiera la empresa para su adecuado funcionamiento y el cumplimiento de los objetivos de la misma		
FUNCIONES		
<div><div>✓</div><div> Dar a conocer técnicas de producción agraria respetuosas con el medio ambiente.</div></div> <div><div>✓</div><div> Ofrecer apoyo al desarrollo de la producción agrícola.</div></div> <div><div>✓</div><div> Cuidar el área de siembra.</div></div> <div><div>✓</div><div> Hacer almácigos de plántulas.</div></div> <div><div>✓</div><div> Podar.</div></div> <div><div>✓</div><div> Cuidar la plantación en general.</div></div> <div><div>✓</div><div> Plantar y cuidar el área de siembra.</div></div> <div><div>✓</div><div> Reconocer malezas.</div></div> <div><div>✓</div><div> Detectar plagas y enfermedades.</div></div> <div><div>✓</div><div> Regar.</div></div> <div><div>✓</div><div> Recolectar el follaje para proceso productivo</div></div> <div><div>✓</div><div> Clasificar y tamizar la materia prima en el proceso productivo</div></div> <div><div>✓</div><div> Realizar el proceso de deshidratación de la materia prima</div></div> <div><div>✓</div><div> Realizar el empacado del producto de acuerdo con normas y procedimientos establecidos</div></div> <div><div>✓</div><div> Almacenar el producto terminado</div></div> <div><div>✓</div><div> Ayuda logística para el área de ventas.</div></div>		
PERFIL DEL CARGO		
Formación	Ciclo básico	
Especialidad	Agropecuaria	
Experiencia	No indispensable	
Capacitación	Conocimientos técnicas agropecuarias	
Actitudes y competencias específicas	Profesionales	
	<div><div>✓</div><div> Trabajo en equipo</div></div> <div><div>✓</div><div> Manejo de plantas</div></div> <div><div>✓</div><div> Responsabilidad</div></div>	
	Personales	
	<div><div>✓</div><div> Dinámico</div></div> <div><div>✓</div><div> Proactivo</div></div> <div><div>✓</div><div> Buena condición física</div></div>	
Elaborado por:	Revisado por:	Versión: 001

Fuente: Estructura Organizativa del Proyecto

Elaborado por: La Autora

Gráfico 24 Manual de funciones conductor

<div></div> <div>MANUAL DE FUNCIONES</div>		
IDENTIFICACIÓN		
Área:	Ventas	
Cargo:	Conductor	
Reporta a:	Gerente General	
OBJETIVO DEL CARGO		
Operar la unidad vehicular asignada, transporte de los productos terminados desde las empresa hacia los puntos de venta, así como su respectiva distribución a los comerciantes cuando lo amerite el caso		
FUNCIONES		
<div><div>✓</div>Transporta los productos conforme al programa y rutas establecidas.</div> <div><div>✓</div>Lleva y resguarda la documentación que se derive de la transportación de los productos desde la planta de producción hasta los puntos de distribución.</div> <div><div>✓</div>Revisa que la mercancía cargada en su vehículo corresponda al documento que ampara la operación.</div> <div><div>✓</div>Verifica las condiciones mecánicas y eléctricas de la unidad de transporte a su cargo, vigilando que sean las adecuadas para el uso normal del vehículo.</div> <div><div>✓</div>Lleva la bitácora del vehículo asignado y reportar su funcionamiento.</div>		
PERFIL DEL CARGO		
Formación	Chofer profesional	
Especialidad	Licencia Tipo E	
Experiencia	Un año en cargos similares	
Capacitación	Computación básica, mecánica básica de automotores, Relaciones Humanas.	
Actitudes y competencias específicas	Profesionales	
	<div><div>✓</div>Manejo de software</div> <div><div>✓</div>Dominio Mecánica Automotriz básica</div> <div><div>✓</div>Trabajo bajo presión</div>	
	Personales	
	<div><div>✓</div>Responsabilidad.</div> <div><div>✓</div>Seguir procedimientos.</div> <div><div>✓</div>Trabajo de equipo.</div> <div><div>✓</div>Dinámico</div>	
Elaborado por:	Revisado por:	Versión: 001

Fuente: Estructura Organizativa del Proyecto

Elaborado por: La Autora

6.8.1 Reglamento interno de trabajo

El reglamento interno de trabajo es un documento de suma importancia para la empresa IMBAMORINGA CIA LTDA, debido a que se convierte en norma reguladora de las relaciones internas de la empresa con el trabajador.

El Reglamento Interno de Trabajo, siempre que no afecte los derechos mínimos del trabajador, es una herramienta indispensable para resolver los conflictos que se llegaren a presentar dentro de la empresa, y es tan importante que si no existiera, sería muy difícil sancionar a un trabajador por algún acto impropio, puesto que no habría ninguna sustentación normativa o regulatoria que ampare una decisión sancionatoria.

Para el presente proyecto se propone el siguiente Reglamento (**Ver anexo N°2**).

6.8.2 Código de ética

Para la elaboración del código de ética, se realizó un análisis exhaustivo, sobre las normas, valores, principios éticos y morales que se deberán ser de estricto cumplimiento por el personal que formará parte del proyecto. (**Ver anexo N° 3**).

6.9 Aspectos legales de funcionamiento

Previo a iniciar sus actividades, la empresa deberá realizar algunos trámites legales en diversas instituciones, mismos que son imprescindibles para evitar problemas legales futuros y que le permitirán a la empresa conocer sus obligaciones fiscales y operar legalmente.

6.9.1 Registro Único de Contribuyentes (RUC)

De acuerdo con el Artículo 1 de la Ley de Registro Único de Contribuyentes como primer paso para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e

identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria. (Ley del Registro Único de Contribuyentes, 2004)

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

Para el registro del RUC la empresa IMBAMORINGA CIA LTDA deberá presentar la siguiente documentación: (Servicio de Rentas Internas,, 2006) en concordancia con el Art. 8 literal c):

- Formularios RUC 01-A y RUC 01-B.
- Entregar copia del Registro Oficial en el que se encuentre publicada la ley, decreto, acuerdo, ordenanza o resolución de su creación.
- Presentar copia certificada del nombramiento del Gerente que se desempeñará como agente de retención.
- Presentar original y entregar una copia de la cédula de identidad, y presentar el original y entregar copia simple del certificado de votación del último proceso electoral del funcionario que se desempeñará como agente de retención.
- En el caso de unidades o entes contables independientes o desconcentrados, se presentará el original o copia certificada y entregará una copia certificada del documento que declara a la unidad administrativa como ente contable independiente.
- Copia de Planilla del servicio eléctrico, telefónico, de agua potable o televisión por cable, a nombre del sujeto pasivo, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.

6.9.2 Patente Municipal

De acuerdo al Art. 547 del (Código Organico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, 2010) COOTAD, publicado en el suplemento del Registro Oficial Nro. 303 del 10 de octubre del 2010, deben declarar y pagar el impuesto a la patente municipal todas las personas y las empresas o sociedades domiciliadas o con establecimiento en el cantón Cotacachi que realicen permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

Por tanto toda persona que realice actividades económicas que generen ingresos por su propia cuenta está obligada a pagar el impuesto de patente municipal.

La actividad económica debe registrarse dentro de los treinta días siguientes al día final de mes en el que se inician las actividades, se toma en cuenta la fecha que consta en el RUC como inicio de actividad. Para lo cual se debe adjuntar los siguientes requisitos:

- Copia del Ruc o RISE actualizado
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación
- Copia del comprobante de pago del impuesto predial donde funciona la actividad económica.
- Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos.
- En caso de que el trámite se realice por terceras personas, autorización por escrito y presentar la cédula y certificado de votación
- Copia de la carta de pago del impuesto predial del predio donde funciona la actividad económica del año en el que esté realizando el registro.

6.9.3 Permiso de funcionamiento del Cuerpo de bomberos

De acuerdo al marco legal vigente, Art. 350. (Reglamento de Prevención Mitigación Contra Incendios, 2009), El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al Cuerpo de Bomberos la siguiente documentación:

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC

6.9.4 Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública

El permiso de funcionamiento es de manera obligatoria a nivel nacional a todas las instituciones, organismos y establecimientos públicos y privados, con o sin fines de lucro, que realicen actividades de producción, almacenamiento, distribución, comercialización, expendio, importación, exportación de productos de uso y consumo humano, servicios de salud públicos y privados de atención al público, empresas privadas de salud y medicina pre pagada y otros establecimientos de atención al público sujetos a vigilancia y control sanitario. (Reglamento Sustitutivo para Otorgar permisos de funcionamiento a los establecimiento sujetos a control sanitario, 2014, pág. 3)

(Reglamento Sustitutivo para Otorgar permisos de funcionamiento a los establecimiento sujetos a control sanitario, 2014, pág. 5), Art. 10, Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera para solicitar por primera vez el Permiso de Funcionamiento del establecimiento deberá ingresar su solicitud a través del formulario único en el sistema automatizado de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia

Sanitaria - ARCSA o de las Direcciones Provinciales de Salud, o quien ejerza sus competencias, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- Cédula de ciudadanía del propietario o representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos o documento que lo remplace.
- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
- Certificado de Salud Ocupacional del personal que labora en el establecimiento.
- Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- Otros requisitos establecidos en reglamentos específicos.

6.9.5 Registro patronal en el sistema laboral del IESS

Para la obtención del registro patronal se debe seguir los siguientes pasos en la plataforma de Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social:

- Ingresar a la página web www.iess.gob.ec Servicios por Internet
- Escoger Empleadores- Actualizar datos del registro patronal.
- Escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico)
- Ingresar los datos obligatorios que tienen asterisco
- Digitar el número de RUC - Seleccionar el tipo de empleador
- En el resumen del Registro de Empleador al final del formulario se visualizará imprimir solicitud de clave.

Una vez registrados los datos solicitados, tiene que acercarse a las oficinas de Historia Laboral del Centro de Atención Universal del IESS a solicitar la clave de empleador, con los siguientes documentos. (Ley de Seguridad Social, 2009)

- Solicitud de Entrega de Clave (impresa del Internet)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de un servicio básico (agua , luz o teléfono)
- Calificación artesanal si es artesano calificado.
- Original de la cédula de ciudadanía.

6.10 Constitución legal de la empresa

De conformidad a lo que establece la (LEY DE COMPAÑIAS DEL ECUADOR. RO 312, 1999) Manifiesta lo siguiente:

“Art.92. La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una

expresión peculiar. Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada. Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente. En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. No. 113". (LEY DE COMPAÑÍAS DEL ECUADOR. RO 312, 1999)

6.10.1 Tipo de empresa

Será una empresa de Compañía Limitada conformada por dos socios con participaciones iguales al momento de su constitución.

6.10.2 Razón social

La empresa se denominara "IMBAMORINGA CIA LTDA"

6.10.3 Domicilio

El domicilio de la empresa estará domiciliada en la Provincia de Imbabura, Cantón Cotacachi, Parroquia Rural de García Moreno. A dos cuadras del parque central de la parroquia.

6.10.4 Capital social

El capital social hace a los \$49.487,80 dólares que será constituido con el importe de los socios.

6.10.5 Duración

La empresa tendrá una duración de 5 años al cabo de los cuales puedan liquidarse o ampliar su fase de operación.

6.10.6 Requisitos de inscripción

Para la constitución de la empresa IMBAMORINGA CIA LTDA. Será necesario remitir la siguiente información al registro mercantil de la ciudad de Cotacachi:

- Presentar al menos 3 testimonios originales de la escritura pública de constitución.
- Todos los testimonios deben tener el mismo número de fojas y todas deben estar rubricadas por el notario ante el que se otorgó la escritura (*Art. 41 de la Ley Notarial*).
- Cada testimonio deberá tener el original de su Resolución aprobatoria emitida ya sea por la Superintendencia de Compañías o por la Superintendencia de Bancos y Seguros.
- Cada testimonio deberá contar con la razón de marginación de la Resolución aprobatoria, sentada por el notario ante el cual se otorgó la escritura de constitución. En la razón de marginación, se debe verificar que los datos de la Resolución que se margina sean correctos.
- Tratándose de compañías de responsabilidad limitada, se deberá presentar el certificado de publicación por la prensa del extracto de la escritura pública de constitución (*Art. 136 de la Ley de Compañías*).
- Si los socios o accionistas son extranjeros, en la escritura deberá indicarse si son o no residentes en el Ecuador, o en su defecto deberán adjuntar copia certificada de su visa, con la finalidad de determinar si tienen o no la obligación de presentar el RUC (*Art. 3 de la Ley de Registro único de Contribuyentes, Art. 9.1 de la Ley de Régimen Tributario Interno, y Circular NAC-DGECCGC12-0011, publicada en el Registro Oficial Segundo Suplemento 735 del 29 de junio de 2012*).

- Si la compañía se constituyere con la aportación de algún inmueble, la escritura deberá inscribirse en el Registro de la Propiedad antes de la inscripción en el Registro Mercantil. La inscripción en el Registro Mercantil no podrá efectuarse luego de los 90 días de realizada la inscripción en el Registro de la Propiedad (*Art. 10 de la Ley de Compañías*).
- Las fechas de los documentos contenidos en la escritura de constitución deben constar en el siguiente orden: a) Certificado de reserva del nombre; b) Certificado de apertura de la cuenta de integración de capital; c) Escritura pública de constitución; d) Otorgamiento de los testimonios de la escritura (debe ser al menos igual a la fecha de la escritura); e) Resolución aprobatoria; f) Razón de marginación (debe ser al menos igual a la de la Resolución aprobatoria); g) Publicación por la prensa (puede ser antes o después de la razón de marginación).

CAPITULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

López (2014) en su trabajo de estudio de factibilidad para la creación de un centro de recreación para personas adultas mayores en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Establece que para la evaluación de los impactos de los proyectos de investigación se debe tomar en cuenta los impactos más relevantes los mismos que se realizan a través de la matriz de Impactos de entrada simple. (p. 173)

Para el presente análisis de impactos, se ha empleado lo siguiente:

- Se determina varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positiva o negativamente; en el presente proyecto se ha determinado las áreas económico, social, ambiental y educativo.
- Se selecciona un rango de niveles de impacto positivos y negativos de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 96 Matriz de impactos

-3	-2	-1	0	1	2	3
<i>Alto impacto</i>	<i>Impacto medio</i>	<i>Impacto bajo</i>	<i>No hay impacto</i>	<i>Impacto bajo</i>	<i>Impacto medio</i>	<i>Impacto alto</i>
<i>Negativo</i>			<i>No hay impacto</i>	<i>Positivo</i>		

Elaborado por: La Autora

Para la cuantificación de los valores de cada nivel de impacto se utilizará la siguiente formula que está en relación con la matriz de impactos propuesta

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum}{n}$$

En donde:

Σ = Sumatoria de la calificación

n= Número de indicadores

7.1 Impacto económico

El impacto económico se refiere a los beneficios financieros que la ejecución del proyecto trae a la comunidad en la que se implante una unidad productiva, para lo cual se analizan las siguientes variables que inciden directamente en el proyecto.

Tabla 97 Matriz de impacto económico

Indicador	Nivel de impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Desarrollo sustentable de la inversión							x	3
Estabilidad económica del personal y de la empresa							x	3
Desarrollo económico en la localidad						x		2
Total						2	6	8

Fuente: Impactos del proyecto

Elaborado por: La Autora

Total impacto económico = $8 / 3 = 2.7$ Impacto positivo alto

Análisis

- **Desarrollo sustentable de la inversión.**

A corto plazo generará ingresos suficientes, mismos que garantizarán el pago de créditos de inversión inicial del proyecto y la obtención de rentabilidad.

- **Estabilidad económica del personal y de la empresa.**

La empresa generará, recursos económicos suficientes para el pago de gastos administrativos y operativos para cumplir con puntualidad en sus obligaciones salariales y beneficios sociales

- **Propicia desarrollo económico en la localidad.**

El proyecto buscara en lo posible mano de obra del área de influencia con la finalidad de lograr un desarrollo armónico de la empresa y la comunidad y forjar un desarrollo de la zona de Intag.

Analizados las variables del impacto se identifica un impacto positivo alto en vista que generará aspectos positivos en el ámbito económico respecto de la inversión, generación de fuentes de trabajo y desarrollo de la comunidad.

7.2 Impacto social

Los impactos sociales están ligados estrechamente al desarrollo de proyectos y servicios en la comunidad en el cual se analiza las consecuencias sociales tanto negativas como positivas, para lo cual se evalúan las siguientes variables en la matriz correspondiente.

Tabla 98 Matriz de impactos sociales

Indicador	Nivel de impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Convivencia sustentable (empresa-Comunidad)							x	3
Satisfacción de necesidades humanas						x		2
Políticas de desarrollo						x		2
Total						4	3	7

Fuente: Impactos del proyecto

Elaborado por: La Autora

Total impacto social = $7 / 3 = 2.3$ Impacto positivo medio

Análisis

- **Convivencia sustentable (empresa- comunidad)**

La convivencia sustentable alude a la necesidad de que los actores de un territorio dado se conozcan, asuman la legitimidad de los intereses que satisfagan sus intereses, por lo que la empresa tendrá una política de puertas abiertas hacia la comunidad, acceso a la información y a conocimientos de mejoras de producción.

- **Satisfacción de necesidades humanas**

El objetivo principal de la empresa es la producción y comercialización de moringa oleífera que dentro de sus características esenciales del producto es la gran cantidad de beneficios alimenticios para el ser humano, por lo que la producción está orientada a tratar de erradicar la desnutrición de la población de la zona de Intag a través del consumo de la hoja de moringa oleífera.

- **Políticas de desarrollo**

Todas las políticas y acciones que proponga la empresa estarán orientadas a conseguir el desarrollo sostenible en el área de influencia con un adecuado desarrollo económico y equidad social.

De las variables analizadas se evidencia que todas las acciones y políticas que implemente la empresa siempre estarán ligadas al desarrollo armónico de la empresa y la comunidad siempre procurando el bienestar de la población de la zona de Intag, por lo que el impacto se encuentra dentro del rango positivo medio.

7.3 Impacto ambiental

El impacto ambiental es el efecto que produce la actividad del proyecto sobre el medio ambiente, que puede ocasionar algún tipo de alteración en el ecosistema. A través de esta matriz vamos a medir el impacto que puede generar las actividades, y como tratar de minimizarlo.

Tabla 99 Matriz de impacto ambiental

Indicador	Nivel de impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Especie establecida							x	3
Cero generación de residuos							x	3
No riesgos ambientales							x	3

Total	9	9
-------	---	---

Fuente: Impactos del proyecto

Elaborado por: La Autora

Total impacto social = $9/3 = 3$ Impacto positivo alto

Análisis

- **Especie establecida**

La producción de moringa oleífera quedara establecida en la zona de Intag por su rápido crecimiento y adaptación al medio lo cual favorece para su cultivo y pronta comercialización generando ingresos para el proyecto.

- **Cero generaciones de residuos**

El proceso productivo de la empresa generará muy pocos residuos en vista que la mayor parte de la planta se lo utiliza como producto terminado y los desechos son útiles para alimentación de ganado mayor y menor por lo que los mismos se destinaran para el efecto logrando cero residuos contaminantes.

- **No riesgos ambientales**

Una de las características de la moringa oleífera es que es fertilizante para el suelo de cultivo, por su alto contenido de ceatina y citoquinina, Se reporta que la planta presenta compuestos bio activos que pueden tener función insecticida, por lo cual puede recomendarse en cultivos productivos (Ashfaq & Shahzad , 2012). Por lo que no tendrá su cultivo ningún riesgo ambiental por su introducción en el medio.

Del impacto ambiental se puede aseverar que no tendrá aspectos negativos, todas las variables analizadas son positivas por lo que el resultado es que será positivo alto, en vista que sus beneficios serán buenos para el suelo de cultivo.

7.4 Impacto educativo

Se refiere a los efectos en el nivel cognitivo en las personas que son parte de la implementación de un nuevo proyecto.

Tabla 100 Matriz de impacto educativo

Indicador	Nivel de impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de nuevos conocimientos							x	3
Capacitación del personal							x	3
Mejoramiento del nivel académico						x		3
Total						2	6	8

Fuente: Impactos del proyecto

Elaborado por: La Autora

Total impacto social = $8/3 = 2.7$ Impacto positivo alto

Análisis

- **Generación de nuevos conocimientos**

La oportunidad de generar nuevos conocimientos en todos los niveles administrativos es inminente ya que cada día que la organización crece también se incrementa el conocimiento.

- **Capacitación del personal**

La capacitación al personal con esto pretendemos aportar a los directivos y a los empleados de la empresa, a que deben estar en constante capacitación sobre procesos y funciones. Es vital que todo el personal se especialice en los diferentes puestos, para su crecimiento.

- **Mejoramiento del nivel académico**

El indicador mejoramiento del nivel académico se debe a que el personal debe conocer lo importante que es poseer conocimientos científicos-prácticos de los procedimientos de la empresa, ya que esto levanta la autoestima del trabajador y mejora el trato cultural entre compañeros y usuarios.

Este impacto es de mucha utilidad para el personal de la empresa ya que mejorará los conocimientos y con esto mejorará su auto estima y educación, redundando en una mejora continua de atención a usuarios internos y externos de la empresa.

7.5 Matriz general de impactos del proyecto

A continuación se presenta un resumen de todos los niveles de impacto que contraerá la implantación de este proyecto.

Tabla 101 Matriz general de impactos del proyecto

Indicador	Total Impacto
Impacto económico	2,70
Impacto social	2,30
Impacto educativo	2,70
Impacto ambiental	3,00
Total	10,70

Fuente: Impactos del proyecto

Elaborado por: La Autora

$$\text{Total impacto social} = 10,70 / 4 = 2.7 \text{ Impacto positivo alto}$$

Luego de haber analizado los diferentes indicadores en cada impacto, llegamos a la conclusión de que el nivel de impactos general es de 2,7 que corresponde a un impacto positivo alto; por lo tanto, la implementación de la empresa de producción y comercialización IMBAMORINGA CIA LTDA, es factible de aplicar desde todo punto de vista, puesto que generará beneficios positivos para los inversionistas, comunidad, medio ambiente y educativo.

CONCLUSIONES

1. El estudio de factibilidad del proyecto es viable porque se prueban las oportunidades para el desarrollo de IMBAMORINGA CIA LTDA, generando un gran impacto económico, social, ambiental y educativo todos ellos positivos.
2. El análisis de costos refleja que luego de cubrir costos y gastos incurridos para el normal funcionamiento del proyecto se determina que por cada dólar invertido se obtiene 60 centavos de dólar de rentabilidad, por lo que la inversión realizada es rentable.
3. El periodo de recuperación de la inversión se sitúa en tres años nueve meses, periodo que es menor al horizonte del proyecto determinado, factor que transmiten un ambiente de tranquilidad y seguridad a la inversión. Debido a este importante factor las razones e índices financieros se ven muy optimistas y proyectan al proyecto como rentable.
4. El VAN es mayor a la inversión inicial con una diferencia de 52.177,18 dólares valor que indica que el proyecto es recomendable y debe ser aceptado. La tasa interna de retorno al ser superior a la tasa de financiamiento indica que el riesgo es mínimo.
5. El punto de equilibrio en el primer año es alto pero a partir del segundo año de funcionamiento disminuye, esto obedece a que el primer año la inversión en plántulas de moringa es alto pero con la características que su producción es de largo plazo.
6. Por todo lo ya mencionado y el análisis íntegro del estudio de factibilidad podemos calificar el proyecto de IMBAMORINGA CIA LTDA como innovador, emprendedor, con responsabilidad social y ambiental, y financieramente rentable. Por lo tanto es recomendable comenzar con el negocio lo antes posible y así aprovechar esta gran oportunidad.

RECOMENDACIONES

1. Mantener y mejorar los impactos positivos que genera el proyecto, y si se producen impactos negativos remediarlos inmediatamente con la finalidad de mantener el posicionamiento en la comunidad como empresa ecológica.
2. Realizar análisis constantes de costos y gastos que incurre la empresa con el fin de mantener los márgenes de rentabilidad establecidos en el estudio financiero, y si es posible mejorar sus indicadores.
3. Las políticas económicas empresariales que emitan la Junta General de Accionistas estén en concordancia con las políticas institucionales a fin de que los índices financieros se mantengan o a su vez mejoren.
4. Aprovechar las características de la planta de moringa oleífera que es un cultivo para largo plazo, dándole el mantenimiento constante y necesario que permita mantenerle el mayor número de años posible con el propósito de evitar incrementar los gastos en materia prima para el proceso productivo de la empresa.
5. La imagen de confianza y seguridad en las inversiones que la empresa trasmite hacerla pública con la finalidad de atraer posibles inversionistas con el propósito de a futuro diversificar los productos que expende la empresa y posicionarse en el mercado regional y nacional.
6. El proyecto al ser innovador y pionero en la zona de Intag, aprovechar las oportunidades que se presenten en los cantones vecinos y si es posible proyectarse a nivel nacional en vista que la demanda es alta para lo cual será necesario incrementar la producción a través de incorporar a nuevos productores a nuestro proyecto y cumplir con el compromiso social de generar desarrollo económico de sus habitantes.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Servicio de Rentas Internas,. (21 de Diciembre de 2006). *Registro del RUC*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/131>
- [Glosario de Contabilidad]. (2015). *Debitoor*. Obtenido de Definición de Flujo de efectivo: <https://debitoor.es/glosario/definicion-flujo-efectivo>
- Anónimo. (17 de Mayo de 2015). La Moringa en el Ecuador. *Revista el Universo*. Obtenido de <http://www.larevista.ec/orientacion/salud/la-moringa-en-ecuador>
- Ashfaq , M., & Shahzad , M. (2012). Moringa . *A Miracle Plant for Agro-forestry. JOURNAL*, 8, 115-122.
- Banco Central del Ecuador. (15 de Enero de 2016). *Previsiones Macroeconomicas del Ecuador 2015 - 2018*. Obtenido de <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/PIB/PresentPrev2015.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (29 de I de 2017). *Tasa de Interes Activa*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/>
- Bautista, I. (2011). *Métodos y Técnicas de Evaluación de Proyectos*. Recuperado el Marzo de 2016, de http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/metodos_y_tecnicas_de_evaluacion_de_proyectos_de_inversion.pdf
- Bello, R. (2009). *Evaluación de Impactos*. Obtenido de http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/IMPACTO_RBBCPROY.pdf
- Bravo, M. (2011). *Contabilidad General* (Decima Edición ed.). Quito Ecuador: Escobar.
- Chininin, V. (2011). *Planificación Estrategica Educativa*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/videoconferencias/planificacin-estratgica-educativa>
- Código Organico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, (. (10 de Octubre de 2010). *Patente Municipal* . Obtenido de http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_org.pdf
- Criollo, F., & Gutierrez, M. (Mayo de 2016). Estudio de Localización de un Proyecto. *Revista Ventana Científica [online]*, 29-33. doi:ISSN 2305-6010
- Den, B. E. (2012). *Gestión y Gerencia Empresarial Aplicadas al Siglo XXI*. (Reimpresión Segunda Edición). Bogotá, Colombia: Editorial ECOE. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?isbn=9586486524>
- Escribano, G., Alcaraz, J., & Fuentes, M. (2014). *Políticas de Marketing* (2da Edición ed.). Paraninfo.
- Espinosa, R. (2014). *Marketing Mix*. Obtenido de Blog de Marketing y Ventas: <http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Freire, M., Viejo, R., & Blanco, F. (2014). *Prácticas y conceptos básicos de microeconomía* (4ta Edición ed.). Madrid, España: ESIC Editorial.

- Hernández, S., & Rodríguez, G. (2011). *Introducción a la Administración, Teoría General Administrativa*. Mexico.
- Iborra, M., Dasi, A., Dols, C., & Ferrer, C. (2014). *Fundamentos de Dirección de Empresas*. España: Ediciones Paraninfo SA. Segunda Edición.
- INEC. (2010). *Censo Nacional de poblacional y vivienda*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Jaco M, M. E. (6 de Agosto de 2012). *SlideShare*. Obtenido de Tamaño y Localización de Proyecto: http://es.slideshare.net/Manuel_jaco/tamao-y-localizacin-de-proyecto
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principio del Marketing* (Vol. 12ava Edición). Chicago: Pearson College División.
- Lacalle , G. (2014). *Operaciones Administrativas de Compra y Venta*. Editex.
- LEY DE COMPAÑÍAS DEL ECUADOR. RO 312. (1999). Quito.
- Ley de Seguridad Social. (11 de Mayo de 2009). *Registro patronal en el IESS*. Obtenido de <https://www.biess.fin.ec/files/ley-transaparencia/base-legal/LEY-SEGURIDAD-SOCIAL.pdf>
- Ley del Registro Único de Contribuyentes. (4 de Agosto de 2004). *Incripcion del RUC*. Recuperado el 03 de Febrero de 2016, de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/131>
- López, G. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Recreación para personas adultas mayores en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. (tesis de pregrado)*. Universidad Técnica del Norte, Ibarra. Ecuador.
- Mena, R. (2014). *Diseño de un sistema de coordinación de procesos del área contable, financiera y administrativa para la empresa AVESCA C.A. (Tesis de Ingeniería, Universidad Politécnica Salesiana)*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6837/1/UPS-QT05430.pdf>
- Mesa, J. (2016). *Metodos para la evaluación financiera de proyectos*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/metodos-para-la-evaluacion-financiera-de-proyectos/#pf6>
- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de Proyectos*. Bogotá-Colombia: ECOE Ediciones.
- Municipio de Santa Ana de Cotacachi. (2015). *Cantón Cotacachi*. Obtenido de www.cotacachi.gob.ec
- Organización Mundial de la Salud. (Septiembre de 2015). *Alimentación Sana, Nota descriptiva 394*. Obtenido de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs394/es/>
- Ortíz, G. (2014). *Gerencie.com*. Obtenido de Punto de Equilibrio: <http://www.gerencie.com/punto-de-equilibrio.html>
- Pérez, L. (08 de 05 de 2013). *Relación Beneficio Costo*. Recuperado el 19 de 02 de 2016, de Agro proyectos: <http://www.agroproyectos.org/2013/08/relacion-beneficio-costo.html>
- Pino, C. (2015). *Monografias.com*. Recuperado el 2016, de Las Cuatro Ps del Marketing: <http://www.monografias.com/trabajos81/cuatro-p-marketing/cuatro-p-marketing2.shtml>
- Plan de Ordenamiento Territorial Cotacachi. (2011 - 2015). PDOT. Cotacachi, Ecuador.
- Plan de Ordenamiento Territorial García Moreno. (2014 - 2019). PDOT. Ecuador.

- Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017. (2013). *SEMPLADES*. Recuperado el 20 de 02 de 2016, de <http://www.buenvivir.gob.ec/presentacion>
- Puentestar, M. (2011). El turismo ecológico y su incidencia en el desarrollo económico de la parroquia de García Moreno, zona de Intag, cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura (Tesis de Pregrado). Ibarra: UTN.
- Reglamento de Prevención Mitigación Contra Incendios, R. 1. (2 de Abril de 2009). *google.com.ec*. Obtenido de <http://www.boschecuador.com/portal/html/gallery/Tecnova/Reglamento-de-Prevencion-Mitigacion-y-Proteccion-contraincendios-EE-090402-114.pdf>
- Reglamento Sustitutivo para Otorgar permisos de funcionamiento a los establecimiento sujetos a control sanitario. (11 de Febrero de 2014). *Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de http://instituciones.msp.gob.ec/documentos/ac_00004712_2014_11_feb.pdf
- Resnick, H. (2013). *Metodos de evaluación financiera en evaluación de proyectos*. Recuperado el 06 de 2013, de <http://www.monografias.com/trabajos16/metodos-evaluacion-economica/metodos-evaluacion-economica.shtml>
- Rodriguez, J. D. (2016). *MoringaVitae*. Obtenido de <http://moringavitae.com.mx/beneficios-de-la-moringa/>
- Salazar, B. (2012). *Ingenieriaindustrialonline.com*. Obtenido de Diseño y Distribución en planta: <http://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/dise%C3%B1o-y-distribuci%C3%B3n-en-planta/>
- Terrazas, R. (2013). *El Blog del Divino*. Obtenido de Un sitio con información relevante de distintos temas dignos de compartir: <http://divinortv.blogspot.com/2013/09/costo-de-capital-o-tasa-minima.html>
- ZAPATA, J. (2011). *Contabilidad General con Base en NIIF*. Mc Graw Hill.
- Zapata, P. (2011). *Contabilidad General*. Colombia: Mac Graw Hill Septima Edición.

ANEXOS

ANEXO N°1

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACION DE LA ZONA DE INTAG



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

OBJETIVO: realizar un diagnóstico situacional acerca del consumo de suplementos alimenticios en la zona Intag, con el objeto de determinar la factibilidad económica de implementar una empresa de producción y comercialización de moringa oleífera.

CUESTIONARIO

En su familia se consume algún suplemento vitamínico?

SI ()

NO ()

Si tuviera la oportunidad de consumir suplementos vitamínicos, cual sería de su preferencia?

Farmacéutico ()

Natural ()

Otros ()

Conoce usted la planta moringa oleífera?

SI ()

NO ()

Considerando que la moringa oleífera contiene gran valor nutricional, estaría dispuesto a consumirla?

SI ()

NO ()

Que cantidad en gramos de moringa oleífera estaría en capacidad de adquirir mensualmente?

500 gr. A 1000 gr. ()

1001 gr. A 1500 gr. ()

1501gr. A 2000 gr. ()

Más de 2000 gr. ()

Qué precio estaría dispuesto a pagar en USD por el producto que se pretende comercializar?

1,00. A 15,00. ()

16,00. A 20,00. ()

21,00. A 25,00 ()

Más de 25,00. ()

Conoce Ud. si en la zona de Intag existe alguna empresa o emprendimiento que produzca y comercialice moringa oleífera?

SI ()

NO ()

Qué características esenciales debe tener el producto para ser comercializado?

Calidad ()

Precio ()

Sabor ()

En qué presentación le gustaría adquirir el producto?

Natural ()

Envase Plástico (funda sellada) ()

Envase de vidrio ()

Por qué medio de comunicación le gustaría que se diera a conocer el producto?

Televisión ()

Prensa escrita ()

Radio ()

Internet ()

Qué tipo de promoción le gustaría recibir al momento de adquirir el producto?

Descuentos ()

Combos ()

Rifas ()

Otros ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

vg

ANEXO N° 2**PROPUESTA DE REGLAMENTO DE ADMINISTRACION DE RECURSOS****HUMANOS DE LA EMPRESA “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”****CONSIDERANDO:**

QUE, es fundamental disponer de un Sistema Técnico y Moderno de Administración de Recursos Humanos, que determine normas de ingreso, desarrollo y terminación de relaciones de trabajo, que regulen las relaciones laborales entre la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.” y el personal, de conformidad con las disposiciones del Código del Trabajo y de su Ley Reformatoria.

QUE, es necesario garantizar estabilidad en sus puestos de trabajo al personal que ha demostrado eficiencia, eficacia y honestidad en el cumplimiento de sus actividades y responsabilidades.

QUE, es necesario establecer claramente los derechos, responsabilidades e incentivos del personal de “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”.

QUE, es necesario que la empresa cuente con personal idóneo, calificado en cuanto a los aspectos técnico, ético, profesional, honestidad y moral, para laborar en todas las áreas que conforman su estructura administrativa.

QUE, es necesario armonizar el régimen para la administración del recurso humano, en un Reglamento Interno que norme la disciplina y el eficiente desempeño de las actividades encomendadas a los trabajadores de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”.

EN USO de las atribuciones y facultades que le confiere el literal h) del Artículo Vigésimo Quinto de la Escritura de Constitución de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”.

RESUELVE:

Aprobar el presente **Reglamento de Administración de Recursos Humanos**, que permita regular el reclutamiento y selección; contratación; clasificación de puestos; relación laboral; capacitación; y, evaluación del desempeño, de conformidad con normas y principios técnicos, sujeto a la legislación laboral vigente.

1.- GENERALIDADES

El presente Reglamento contiene las disposiciones internas, que regulan el reclutamiento y selección; contratación; clasificación; relación laboral; capacitación; y, evaluación del desempeño del personal, estableciendo sus derechos y obligaciones.

2.- FINALIDAD

Establecer normas que regulen el reclutamiento y selección; contratación; clasificación; relación laboral; capacitación; y, evaluación del desempeño del personal, que se deben observar, con la finalidad de mantener y fomentar la armonía en las relaciones laborales entre la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.” y los trabajadores.

3.- OBJETIVO

El presente Reglamento de Administración de Recursos Humanos tiene como objetivo básico establecer un adecuado sistema de administración de recursos humanos de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”, a fin de alcanzar un grado de eficiencia en el trabajo y establecer normas que regulen las relaciones entre empleador y trabajadores y estará sujeto a las disposiciones del Código del Trabajo y a la Ley Reformativa del Código de Trabajo.

4.- BASE LEGAL

- Constitución Política del Ecuador.

- Estatuto de la empresa.
- Código del Trabajo.
- Ley de Justicia Laboral.

5.- ÁMBITO DE APLICACIÓN

El presente Reglamento será de aplicación para todos los funcionarios y trabajadores de la empresa sin excepción alguna. Se excluye de las disposiciones de este Reglamento:

- a.** Presidente de la Junta General de Accionistas y Directorio.
- b.** Miembros de la Junta General de Accionistas y del Directorio.

CAPÍTULO I RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

Art. 1. RECLUTAMIENTO.- Se identificará las fuentes donde se pueda encontrar el personal con los requisitos de formación y experiencia para los puestos y se invitará a participar en los procesos de selección, para lo cual se receptará la documentación de los candidatos o candidatas y se realizarán las entrevistas preliminares.

Art. 2. SELECCIÓN.- Cuando se cree un puesto o quede la vacante y la autoridad nominadora decide llenarlo, la Gerencia convocará a concurso interno, en el cual podrá participar el personal de la empresa exclusivamente y si no se encontrare el personal con el perfil requerido, se convocará a un concurso abierto, para garantizar que el mejor candidato acceda al puesto.

Art. 3. FORMAS DE SELECCIÓN.- La selección del personal de “IMBAMORINGA CIA. LTDA.” se hará a través del concurso de sistema de méritos y oposición. El sistema de méritos consistirá en examinar si los candidatos cumplen con los requisitos de instrucción formal y experiencia para los puestos existentes en la empresa.

El sistema de oposición y entrevista, se circunscribirá a evidenciar, mediante la aplicación de pruebas, si los postulantes reúnen las habilidades y destrezas conceptuales y prácticas requeridas para ejercer los puestos de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”

Los concursos de méritos, oposición y entrevista serán excluyentes el uno del otro, de manera de asegurar que solo los candidatos que cumplan con el perfil ocupacional deseado en lo que respecta a méritos, pueden pasar a la fase de oposición y solo los seleccionados a la fase de entrevista.

SECCIÓN PRIMERA

HOJA DE VIDA

Art. 4. La hoja de vida servirá de guía efectiva en el proceso de selección o promoción, la empresa diseñará una hoja de vida acorde a las necesidades o del perfil requerido para la vacante a llenar.

Art. 5. La empresa exigirá que la hoja de vida sea llenada completamente por los candidatos que van a ingresar y la deberá mantener actualizada para su personal antiguo.

Art. 6. En términos generales una hoja de vida debe contener:

a. Información personal: Datos necesarios para lograr una completa identificación que permite al entrevistador, conocer algo de la familia, origen, situaciones de tipo legal, estado civil edad y otros datos importantes que dan una visión del candidato.

b. Información académica: Información relativa al nivel de estudios realizados, con el objeto de identificar las posibilidades de un buen desempeño y la posible capacidad para progresar y ascender dentro de la empresa.

c. Nivel de estudios: Tiene una relación muy estrecha con las condiciones de capacitación que el cargo requiere.

d. Historia laboral: Descripción de las actividades desempeñadas en otras empresas lo cual permite establecer la experiencia anterior y relacionarla con la experiencia que el cargo requiere.

e. Referencias de otras personas y antiguos empleadores: Información importante para formarse un criterio del candidato. Las personas y los antiguos empleadores que han conocido en alguna forma al candidato pueden atestiguar sobre su conducta personal y laboral en el pasado.

f. Esta primera información e impresión que se obtenga de los candidatos; constituirán para la empresa el primer impacto y puede ser un factor de eliminación.

SECCIÓN SEGUNDA

LA ENTREVISTA

Art. 7. El encargado de la selección deberá formular un temario y una metodología que se acomode más a las inquietudes e intereses de la empresa y deberá dialogar con los candidatos, conocer sus inquietudes, sus modales, sus ideas, sus sentimientos y su manera de pensar sobre muchos aspectos de la vida de la empresa, de la comunidad, del trabajo, de la sociedad, del país y en fin, de cosas trascendentales que permitan detectar hasta dónde se puede llegar y que se puede lograr del aspirante.

Art. 8. La empresa podrá detectar con la entrevista si un candidato cumple con los requisitos mínimos y puede continuar en el proceso de selección. Fuera de las exigencias legales y las políticas establecidas como nivel de educación, edad, situación militar, estado civil, etc., se puede centrar la atención de la entrevista en aspectos tales como la presentación personal, apariencia física, modales, formas de comportamiento, la expresión y otras condiciones que se requieran según el cargo, para trabajar en la empresa. Otras características se pueden detectar durante la entrevista, dependiendo de la forma en que ésta se

conduzca y la necesidad que exista de buscarlas. Pueden descubrirse ciertas disposiciones de los individuos a trabajar en equipo y cooperar con los demás, a ser atento y concentrado, a controlar las emociones y a tener un comportamiento sereno y pausado.

TÍTULO II CONTRATACIÓN

SECCIÓN PRIMERA

CONDICIONES DE LOS CONTRATOS DE TRABAJO

Art. 9. Los trabajadores serán contratados bajo las condiciones establecidas en el Código del Trabajo y en la Ley de Justicia Laboral.

Art. 10. Incompatibilidad.- No podrá ser contratada las personas relacionadas entre sí por vínculo conyugal o parentesco dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.

Art. 11. Contratos.-Dentro de este Reglamento la clasificación de los contratos será en base a cualquiera de las modalidades permitidas por la ley, que se encuentran definidas dentro del Código del Trabajo, por lo tanto, la empresa podrá celebrar contratos:

- a. Deplazo indefinido con 90 días de prueba

SECCIÓN SEGUNDA

CONTRATACIÓN DEL PERSONAL

Art. 12. La Selección y Contratación de personal, es facultad de la empresa o de quien ésta delegue.

Art. 13. La selección de personal se realizará de acuerdo a las especificaciones técnicas de los puestos y demás requisitos establecidos por la empresa.

Art. 14. Ningún trabajador podrá ingresar a prestar servicios, si no ha concursado previamente y firmado el contrato por la prestación de sus servicios.

Art. 15. El Gerente de la empresa podrá exigir el examen médico para determinar las condiciones de salud del postulante, así como el record policial para verificación de que no haya tenido antecedentes negativos que a futuro perjudiquen a los intereses de la empresa.

Art. 16. Para la contratación de un trabajador, la Administración requerirá a los postulantes la siguiente documentación en regla:

- a.** Solicitud de empleo dirigido a la Gerencia de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”;
- b.** Estar en ejercicio de los derechos de ciudadanía;
- c.** Hoja de vida en la que se detalle los documentos que se adjuntan;
- d.** Copias y originales de los documentos que abalicen la obtención de un título de bachiller o profesional en el caso de que lo tenga, para los puestos administrativos que requieren de un nivel de conocimiento y facultades intelectuales para ejercer una función;
- e.** Copias de certificados de capacitación obtenidos durante su vida formativa y de trabajo;
- f.** Certificados de trabajo en el que consten referencias de buena conducta y responsabilidad de funciones anteriores ocupadas por el postulante;
- g.** Ser mayor de edad;
- h.** Demostrar antecedentes personales satisfactorios y de buena conducta;
- i.** Cédula de identidad;
- j.** Papeleta de Votación;
- k.** Certificados de Honorabilidad;
- l.** 2 Fotos tamaño carnet;
- m.** Haber cumplido con el servicio militar obligatorio en Fuerzas Armadas Nacionales “Para Varones”;
- n.** Certificado del IESS;

- o.** Partida matrimonio y de nacimiento de los hijos si los tuviere;
- p.** Certificado de tipo de sangre;
- q.** Certificado del lugar de domicilio;
- r.** Record policial actualizado; y,
- s.** Los demás documentos que requiera el gerente de la empresa.

Art. 17. El trabajador contratado iniciará las labores desde el momento de la suscripción del contrato con la empresa y cumplirá con todas las normas y disposiciones legales establecidas en el Código del Trabajo y en este Reglamento.

Art. 18. La empresa podrá suscribir contratos de trabajo, con las personas que ingresen a su servicio, pudiendo ser a tiempo indeterminado, según las necesidades de la misma.

Art. 19. Admitido el nuevo trabajador a la empresa, este queda sujeto a un período de prueba por noventa días consecutivos como máximo de conformidad con las normas laborales vigentes, período dentro del cual cualquiera de las partes podrán dar por terminado el contrato de prestación de servicios por escrito con una carta en la que se expongan las causas de dicha dimisión.

Art. 20. Concluido el período de prueba de noventa días y no habiendo recibido ninguna notificación de ninguna de las partes contratantes, se entiende que el contrato queda prorrogado indefinidamente a partir de la fecha de la suscripción del mismo.

Art. 21. Para dar por terminado el contrato de trabajo el Gerente de la empresa observará lo estipulado en el artículo 184 del Código del Trabajo.

Art. 22. Todo nuevo colaborador recibirá de la dependencia administrativa en la cual prestará servicios, orientación sobre los objetivos, organización y funcionamiento de la

empresa, así como también de las labores que le corresponderá desarrollar en su puesto de trabajo.

Art. 23. Cada colaborador que ingrese al servicio de la empresa tendrá un archivo personal, que será registrado por la secretaría en el que se irán incluyendo documentos de llamados de atención o de buen comportamiento y en caso de que la empresa vaya creciendo en su parte administrativa la actualización y manejo de esta documentación será de responsabilidad de la dependencia que se encargue de la administración de los recursos humanos.

CAPÍTULO II

CLASIFICACIÓN DE PUESTOS

Art. 24. El sistema de clasificación de Puestos de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”, se sustentará en una metodología que integre, ordene y valore su estructura de puestos en función a su rol en los procesos institucionales, en forma tal que conformen grupos ocupacionales de puestos que contribuyan a satisfacer la finalidad de la empresa.

Art. 25. La descripción de los puestos se realizará aplicando una metodología que permita señalar con claridad y precisión sus responsabilidades, complejidad y competencias, facilitando información sobre los siguientes aspectos:

- a.** Título del puesto que defina por sí mismo, la característica de la función o trabajo.
- b.** Naturaleza del trabajo, que describa de la manera más completa posible las funciones, responsabilidades o tareas típicas que se realizan en el puesto.
- c.** Requisitos mínimos sobre educación formal, títulos académicos, experiencia mínima necesaria y otras exigencias legales y administrativas para el desempeño del puesto.

Art. 26. Objetivos:

1. Determinar las razones en que se sustenta una Clasificación de los Puestos de Trabajo.
2. Analizar y definir los Puestos Tipo.
3. Expresar criterios y factores aplicados para la identificación de los puestos tipo existentes.
4. Determinar técnicas utilizadas y claves para la interpretación de los resultados obtenidos.
5. Analizar y recomendar sobre temas retributivos.

El proceso de valoración de los puestos de trabajo de la empresa tiene como principal objetivo dotar a “IMBAMORINGA CIA. LTDA.” de un instrumento eficaz de Clasificación de Puestos, que structure profesional y retributivamente la organización actual en función de sus objetivos y de la realidad socioeconómica en que opera.

Para su realización se han establecido, las siguientes fases:

1. Conocimiento de una muestra representativa de puestos de trabajo de la empresa, por medio de la realización de entrevistas individuales con los empleados y sesiones de grupo con los mismos.
2. Clasificación de esa muestra representativa de puestos de trabajo en función de su contenido organizativo.
3. Clasificación por Áreas Funcionales y Puestos Tipo.
4. Realización de un análisis retributivo que permite medir el grado de equidad existente entre los distintos puestos de trabajo de la empresa.

Art. 27. Valoración de Puestos según el Método de Escalas y Perfiles

La valoración de los puestos analizados se ha basado en el Sistema de Escalas y Perfiles.

1. Este sistema mide el contenido real del puesto de trabajo y su importancia en la empresa. Se recoge la responsabilidad funcional del puesto de trabajo y no las características personales y capacidades del ocupante del puesto.
2. El contenido del puesto de trabajo se mide teniendo en cuenta un nivel adecuado de desempeño (entendiendo por adecuado, un nivel de desempeño normal, pero no excelente ni insuficiente).
3. La medición del contenido del puesto de trabajo se efectúa en un momento determinado y por tanto obedeciendo a las funciones de los puestos existentes en ese momento. Es una fotografía de la empresa, ya que ésta cambiará con el tiempo. Cuando se producen reorganizaciones, cambios estructurales o promociones de ocupantes de determinados puestos.
4. La medición del contenido de los puestos de la empresa según el Sistema de Escalas y Perfiles se realiza a través de tres factores divididos en ocho elementos.
5. Cada uno de dichos factores admite diferentes escalas de intensidad para sus elementos constituyentes convenientemente definidos.
6. Los factores y elementos en cuestión son:
 - a. - Competencia,
 - b. -Solución de problemas y
 - c. -Responsabilidad.

a.1. Competencia

Es el conjunto de conocimientos, experiencias y habilidades requeridas para desempeñar de forma adecuada el puesto, con independencia de cómo se hayan adquirido. El saber requerido para el desempeño del puesto es una combinación de amplitud y profundidad. Este saber no se refiere exclusivamente al conocimiento teórico y formal, sino que incluye la experiencia y la habilidad en la utilización del mismo.

Comprende tres elementos:

Competencia Técnica: cuantifica el saber requerido por el puesto en cuanto a conocimientos, experiencias y habilidades en el uso de procedimientos, prácticas, métodos, sistemas, técnicas o disciplinas científicas.

Competencia Gerencial: valora la capacidad requerida por el puesto para integrar, armonizar, coordinar actividades, funciones y recursos diversos.

Competencia en Interacción Humana: evalúa la habilidad requerido por el puesto para establecer relaciones interpersonales con el fin de comprender, motivar y desarrollar personas, como consecuencia de la posible dependencia de otros puestos para lograr los propios resultados.

a.2. Solución de Problemas

Es la actividad mental requerida por el puesto para identificar y encontrar solución a problemas propios del mismo. Al valorar este factor, interesa apreciar el proceso mental de definir, analizar, interpretar, evaluar, adaptar, etc.

Este factor comprende dos elementos:

1. Marco de Referencia en el que se piensa (iniciativa del pensamiento). En la medida que la actividad mental está definida y orientada por normas, precedentes, procedimientos, métodos, etc. el Marco de Referencia está más o menos definido.

2. Exigencia de los Problemas. Las características y contenido de los problemas a solucionar en el puesto, determinan el grado de exigencia en cuanto al proceso mental necesario para obtener su solución.

a.3. Responsabilidad.-

En este factor se analizan las **acciones y decisiones** requeridas para lograr las finalidades del puesto, así como el impacto de éstas en los resultados finales de la empresa. Este factor,

considera las acciones esperadas en relación a los fines de la empresa, así como las consecuencias o resultados positivos de dichas acciones.

Comprende los siguientes aspectos:

Libertad para Actuar.- En la medida que la actuación de un puesto está limitada por normas, procedimientos, programas, presupuestos, estrategias, etc. la Libertad para Actuar del puesto, es más o menos amplia.

Limitaciones.- Estas limitaciones pueden existir tanto en "lo que el puesto hace" como en "el cómo lo hace", y pueden estar impuestas la empresa o por condicionantes externos a ella.

El Impacto.- Se refiere a la forma, directa (primaria o compartida) o indirecta (remota) en que las actividades del puesto influyen en el logro de algún resultado significativo para la empresa.

Magnitud.- Este resultado significativo respecto al que se ha considerado el tipo de impacto, tiene, generalmente asociada, una cifra o Magnitud económica.

Art. 28. Sistemas de Control

Los más significativos son los siguientes:

El primero, se fundamenta en el equilibrio interno de los elementos, dentro de cada uno de los factores del puesto.

El segundo, implica un equilibrio cualitativo y cuantitativo entre los factores.

El tercero, establece la relación entre la solución de Problemas y la Responsabilidad interna de cada puesto, lo cual posibilita la equidad comparativa en la valoración de puestos.

El cuarto, relaciona los factores entre los distintos puestos, comparándolos mediante los porcentajes de cada uno de los factores. (Perfil).

Art. 29. Clasificación de Puestos.

El Sistema de Clasificación Profesional es la ordenación técnica y organizativa de un marco general que establece los distintos cometidos laborales.

Esta ordenación posibilita una delimitación razonada de los diferentes conocimientos, criterios y funciones en los que se estructura la empresa. Sirve también para fijar los criterios de la contraprestación económica y demás efectos de los contratos de trabajo.

Con carácter general, el trabajador desarrollará las tareas propias de su grupo profesional, así como tareas suplementarias y/o auxiliares precisas que integran el proceso completo del cual forman parte.

Este Sistema de Clasificación Profesional se fundamenta en tres elementos:

1. Área Funcional: Es el espacio organizativo que surge de la agrupación de puestos de naturaleza común en cuanto al objetivo del trabajo que desarrollan. Está determinada por:

a. La naturaleza/especialización de la función asumida por los puestos de la actual estructura como expresión del ámbito en que desarrollan sus actividades.

b. El carácter de los puestos y del tipo de actividades que desarrollan los Directivos, administrativos, asistenciales, técnicos, operativos y mantenimiento.

Esto permite, la distinción de las siguientes áreas:

- Área Directiva,
- Área de Asesoría,
- Área Administrativa,
- Área Operativa,
- Área de Control y Seguridad y
- Área de Mantenimiento.

2.- Nivel de responsabilidad: La agrupación de puestos de trabajo, que cuentan con un contenido organizativo similar, medido en base al Sistema de Escalas y Perfiles, la

definición de los Niveles de Responsabilidad requiere la homogeneidad de los puestos de trabajo ante los siguientes elementos de su valoración:

Nivel de Conocimientos: Requerido por la complejidad de la función, proceso o actividades que se realizan y que se concreta en técnicas, habilidades y experiencia, para el correcto desempeño.

Gerencia: Entendida como la competencia requerida por la amplitud de la gestión del puesto para integrar y armonizar, operativamente, recursos, equipos, funciones, actividades y objetivos distintos.

Solución de Problemas: Definida como la calidad y autonomía del pensamiento requerido por el puesto para identificar, definir y encontrar solución a los problemas que se le presentan.

Responsabilidad: La capacidad del puesto para "responder" tanto de las acciones y decisiones tomadas, como de sus consecuencias, determina la contribución del puesto a los resultados de la empresa.

3.- Análisis Retributivo

Es el elemento esencial de la empresa, y supera ampliamente el simple marco de las relaciones contractuales de las personas con ésta, afectando al compromiso, motivación y grado de identificación con ella.

Así mismo, la retribución debe considerarse como un instrumento de gestión que mueva a las personas al logro de los fines y resultados pretendidos por la empresa a través del desempeño de sus puestos de trabajo en condiciones adecuadas de eficiencia y eficacia.

Art. 30. La clasificación de puestos tipo, con los que actualmente cuenta la empresa es la siguiente:

1. Gerente.
2. Contador (a).

3. Técnico Agrónomo.
4. Jornaleros.
5. Conductor.

Los puestos administrativos, de ser necesario, se irán incrementando de acuerdo al crecimiento que vaya teniendo la empresa.

CAPÍTULO III

RELACIÓN LABORAL EMPLEADOR TRABAJADOR

SECCIÓN PRIMERA

DE LAS OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR

Art. 31. Estas obligaciones se encuentran establecidas en del Código del Trabajo y son:

- a. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones del Código del Trabajo;
- b. Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneración, fecha de ingreso y de salida, el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzcan;
- c. Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y lo necesario para la ejecución del trabajo;
- d. Conceder a los trabajadores el tiempo necesario para el ejercicio del sufragio en elecciones populares establecidas en la ley;
- e. Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado;
- f. Difundir y proporcionar un ejemplar del Reglamento Interno de Trabajo a sus trabajadores para asegurar el conocimiento y cumplimiento del mismo; y,
- g. Las demás tipificadas en el Art. 42 del Código del Trabajo y su Reforma.

SECCIÓN SEGUNDA

PROHIBICIONES DEL EMPLEADOR

Art. 32. Son prohibiciones del empleador:

- a.** Disponer actos administrativos al margen de las normas legales y reglamentarias;
- b.** Ordenar a los trabajadores ejecuten obras o actividades en beneficio de los Directivos o de particulares, en su lugar y horario de trabajo o fuera de ellos;
- c.** Imponer multas que no se hallaren previstas en el presente reglamento, legalmente aprobado;
- d.** Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas;
- e.** Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;
- f.** Sancionar al trabajador con la suspensión del trabajo;
- g.** Y las demás establecidas en el Art. 44 del Código del Trabajo;

SECCIÓN TERCERA

DE LAS OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DE LOS TRABAJADORES

Art. 33. Son obligaciones de los trabajadores, a más de las establecidas en el Art. 45 del Código del Trabajo y las determinadas en el contrato de trabajo y en el Reglamento Interno de Trabajo, las que se detallan a continuación y que su incumplimiento se considerarán como faltas leves, cuando no haya reincidencia:

- a.** Cumplir con eficacia las labores encomendadas por la máxima autoridad o su jefe inmediato;
- b.** Respetar a sus superiores, la dignidad ajena y evitando disgustos, e intrigas entre sus compañeros;
- c.** Sujetarse y cumplir las leyes laborales, el contrato y el reglamento interno;
- d.** Usar ropa de trabajo y uniformes suministrados por la institución;
- e.** Mantener limpio y ordenado el sitio de trabajo donde realiza su labor;

- f.** Cuidar lo suministrado por la institución que esté a su cargo;
- g.** Ejecutar las labores que le correspondan no debiendo encargar a otra persona la realización del trabajo que le ha sido encomendado ni cambiar de puesto de trabajo, ni alterar las horas de labor o reducirlas o suspender el servicio sin sujetarse a la reglamentación respectiva de turnos y horarios asignados;
- h.** Permanecer en el área del trabajo durante las horas laborables, salvo el caso de los trabajadores que por su función tengan que asistir a otras áreas o instalaciones;
- i.** Realizar otras tareas que sus superiores les encomienden;
- j.** Proporcionar datos solicitados por la administración sobre su domicilio, estado civil etc.;
- k.** Utilizar el teléfono para asuntos de trabajo y no abusar del mismo para asuntos particulares;
- l.** Exponer sus quejas a su jefe inmediato; y,
- m.** No intervenir ni dirigir actividades políticas, religiosas o de proselitismo dentro de las dependencias de la institución.

Art. 34. A más de las prohibiciones establecidas para los trabajadores en el Art. 46 del Código del Trabajo, se incluyen aquellas contravenciones al reglamento Interno de Trabajo y que constituirán indisciplina, o falta grave al mismo y darán derecho a la institución a solicitar el **Visto Bueno** de acuerdo al Art. 172 del Código del Trabajo, además les será prohibido:

- a.** Asistir al lugar de trabajo bajo los efectos de bebidas alcohólicas aun cuando no se encuentre en estado de embriaguez o bajo los efectos de estupefacientes o drogas;
- b.** Introducir o ingerir bebidas alcohólicas o drogas durante la jornada de trabajo;
- c.** Portar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo, salvo el caso del personal de guardiana o vigilancia y que esté autorizado por escrito;

- d.** Injuriar o agredir a sus compañeros de trabajo;
- e.** Hacer afirmaciones o propagar rumores falsos que vayan en detrimento de la institución o de alguno de sus personeros o que creen inquietud y malestar en el personal;
- f.** Suspender la ejecución de sus labores;
- g.** Tomar o usar arbitrariamente cualquier objeto de propiedad de sus compañeros o de la institución;
- h.** Realizar durante las horas de trabajo, dentro o fuera de la institución, trabajos para otras personas naturales o jurídicas sin autorización concedida por el empleador; y,
- i.** Las demás contempladas en el Código del Trabajo.

SECCIÓN CUARTA

DERECHOS, DEBERES Y PROHIBICIONES DE LOS EMPLEADOS Y TRABAJADORES

Art. 35. Los trabajadores gozan entre otros los siguientes derechos:

- a.** A percibir una remuneración mensual acorde a las funciones que desempeñan y los plazos establecidos;
- b.** Obtener beneficios que otorgue la empresa, por eficiencia y desempeño, siempre que tenga más de un año de servicio de la misma;
- c.** Al descanso semanal remunerado;
- d.** Hacer uso de vacaciones anuales remuneradas, de acuerdo al Calendario Anual de Vacaciones, que previamente determine la Gerencia conforme a las normas legales vigentes;
- e.** Percibir la participación anual de utilidades conforme a ley.
- f.** A ser uso de licencias o permisos por causas justificadas debida y legalmente documentadas;

- g.** A la capacitación actualizada y perfeccionamiento de conocimientos;
- h.** A ser evaluado periódicamente sobre su rendimiento laboral y ser considerado para ocupar cargos de mayor jerarquía, de ser el caso;
- i.** Contar con el seguro de vida que prescribe la ley;
- j.** Ser afiliado en el Instituto de Seguridad Social (IESS);
- k.** Gozar de estabilidad en el desempeño de su cargo, a menos que incurra en las causales de destitución establecidas en Código del Trabajo y demás disposiciones legales y administrativas vigentes;
- l.** Asociarse con fines culturales, deportivos, asistenciales, cooperativos o cualquier otro fin lícito;
- m.** A ser considerado para ocupar cargos de mayor jerarquía, cuando existiere la vacante, teniendo en cuenta su rendimiento, estudios y experiencia;
- n.** A utilizar los canales de comunicación regulares para la formulación de sugerencias, observaciones y reclamos;
- o.** A que le sean proporcionadas las condiciones de trabajo adecuadas para el desempeño de sus funciones;
- p.** A la reserva que deberá mantenerse sobre sus registros y asuntos personales, que sean de conocimiento de la institución;
- q.** A la compensación por tiempo de servicios; y,
- r.** Los demás beneficios que de común acuerdo o por disposición administrativa de la empresa sean otorgados; así como aquellos que por ley se establezcan.

Art. 36. Los empleados y trabajadores de la empresa, además de las **obligaciones** que establece las leyes vigentes, deben sujetarse a lo siguiente:

- a.** Cumplir y hacer cumplir las disposiciones previstas en los estatutos de la empresa y los contenidos en el presente Reglamento;

- b.** Guardar un comportamiento acorde con las normas de cortesía y mantener lealtad y respeto a sus superiores, compañeras, compañeros de trabajo y público en general;
- c.** Mantener dignidad y decoro en el desempeño de su puesto de tal manera que no afecte al orden, a la moral y no menoscabe el prestigio de la empresa;
- d.** Ejercer con eficiencia y eficacia las funciones que les sean encomendadas;
- e.** Abstenerse de ejecutar labores particulares o ajenas a su actividad, durante la jornada diaria de trabajo;
- f.** Cumplir puntualmente con el horario de trabajo establecido por el Jefe de la empresa de acuerdo al contrato de trabajo firmado entre las partes;
- g.** Guardar en todo momento absoluta discreción y reserva sobre las actividades, documentos, procesos y demás información, que por la naturaleza de sus funciones desarrolle la empresa;
- h.** Reintegrar a la empresa, el valor de los bienes que estando bajo su responsabilidad y que se perdieran o deterioraren por descuido o negligencia debidamente comprobada;
- i.** Conservar en buen estado el equipo de oficina, herramientas, máquinas y demás bienes de la empresa.
- j.** Proponer a través de los órganos jerárquicos superiores iniciativas que contribuyan al mejoramiento de la eficiencia y productividad institucional;
- k.** Proporcionar oportunamente la documentación y/o información que se solicite para su archivo personal.
- l.** Permitir la revisión de sus efectos personales o paquetes cada vez que sean exigidos, al ingresar o salir de la empresa;
- m.** Comunicar expresamente a la administración todo cambio domiciliario y un número telefónico al que sea fácil su contacto en caso de ser requerido;

- n.** Acudir al lugar de trabajo correctamente vestido o uniformado de ser el caso portando en un lugar visible la carnet institucional;
- o.** Cumplir con las comisiones de servicio que se le encomienden;
- p.** Cumplir con las disposiciones internas en materia de seguridad e higiene ocupacional que imparta la Administración;
- q.** Dedicarse exclusivamente a cumplir sus funciones no debiendo intervenir en las que competen a otros trabajadores, salvo el requerimiento del jefe jerárquico inmediato o el Gerente de la empresa en casos de emergencia en los que sea requerido su contingente para la solución inmediata de un problema suscitado en las instalaciones de la empresa;
- r.** Permanecer en su sitio de trabajo dentro del horario establecido, de acuerdo con las normas de asistencia, permanencia y puntualidad; y,
- s.** Las demás establecidas en las leyes vigentes.

Art. 37. A más de las **prohibiciones** establecidas para los trabajadores en el Art. 46 del Código del Trabajo, se incluyen aquellas contravenciones al reglamento Interno de Trabajo y que constituirán indisciplina, o falta grave al mismo y darán derecho a la empresa a solicitar el **Visto Bueno** de acuerdo al Art. 172 del Código del Trabajo, además les será prohibido:

- a.** Asistir al lugar de trabajo bajo los efectos de bebidas alcohólicas aun cuando no se encuentre en estado de embriaguez o bajo los efectos de estupefacientes o drogas;
- b.** Introducir o ingerir bebidas alcohólicas o drogas durante la jornada de trabajo;
- c.** Portar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo, salvo el caso del personal de guardianía o vigilancia y que esté autorizado por escrito;
- d.** Injuriar o agredir a sus compañeros de trabajo;
- e.** Hacer afirmaciones o propagar rumores falsos que vayan en detrimento de la empresa o de alguno de sus personeros o que creen inquietud y malestar en el personal;

- f.** Suspender la ejecución de sus labores;
- g.** Tomar o usar arbitrariamente cualquier objeto de propiedad de sus compañeros o de la institución;
- h.** Realizar durante las horas de trabajo, dentro o fuera de la empresa, trabajos para otras personas naturales o jurídicas sin autorización concedida por el empleador;
- i.** Abandonar injustificadamente el trabajo;
- j.** Retardar o negar la prestación de servicios de responsabilidad de su puesto;
- k.** Ejercer actividades político partidistas en la jornada de trabajo;
- l.** Usar la autoridad del puesto para coartar la libertad de sufragio a sus subordinados;
- m.** Resolver asuntos en que sea personalmente interesado su cónyuge o parientes, hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad;
- n.** Intervenir directamente o por interpuesta persona en la suscripción de contratos, obtención de concesiones o cualquier beneficio, en el que el trabajador sea interesado o interesada;
- o.** Obstaculizar el buen funcionamiento de la empresa;
- p.** Realizar hechos inmorales o ilegales de cualquier naturaleza en el ejercicio de sus funciones;
- q.** Frecuentar salas de juego o de azar, especialmente si fueren depositarios de valores, bienes o fondos de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”; y,
- r.** Las demás establecidas en el Código del Trabajo y en leyes y reglamentos vigentes.

SECCIÓN QUINTA

DE LAS JORNADAS Y HORARIOS DE TRABAJO

Art. 38. La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario.

Art. 39. El trabajo que se realice por circunstancias y necesidades propias de la Administración, será previo acuerdo con la máxima autoridad y trabajadores, exceptuándose en casos fortuitos o de fuerza mayor en los que el trabajador comunicará con antelación para realizar cambios y variaciones del horario normal de trabajo. La Administración concederá cinco minutos de gracia contados a partir de la hora determinada, para inicios de su jornada de trabajo, en caso de producirse atrasos se procederá con una acción disciplinaria. La empresa podrá establecer métodos que mejor le parezcan para el control de asistencia y puntualidad de sus trabajadores.

Art. 40. Cada jornada de trabajo se lo realizará sin distinción de puestos, deberán registrar la hora de entrada y salida dentro del instrumento de control de asistencia para el efecto, y se dará estricto cumplimiento.

La omisión de una marcación o firma en el sistema de control de asistencia establecido por la Administración a la hora de entrada o salida hará presumir ausencia a la jornada de trabajo y esto es indelegable, será sancionado como falta grave de indisciplina de acuerdo al Art. 172 del Código del Trabajo.

En caso de trabajadores que se encuentren ausentes por comisión de servicios o por enfermedad y firman su entrada o salida a la jornada de trabajo deberá ser justificada por el jefe inmediato.

Si un trabajador se atrasare o faltare a un turno sin previo aviso, quien estuviere cumpliendo el turno inmediato anterior, dará aviso al responsable del área que corresponda, siendo su responsabilidad cubrir dicha función hasta ser relevado.

Art. 41. También a pedido de la autoridad los trabajadores laborarán en horarios que de acuerdo a la necesidad de la Administración se requieran.

Art. 42. En relación a funciones de confianza quedan incluidas a este reglamento las establecidas en el Art. 58 del Código de Trabajo.

SECCIÓN SEXTA

DE LOS PERMISOS O PUNTUALIDAD

Art. 43. Todo permiso ya sea por asuntos personales o de la Administración será concedido por el gerente de la empresa, previa la presentación del respectivo formulario con la solicitud de dicho permiso.

Art. 44. Todo permiso que sea de más de ocho horas, deberá hacerlo con antelación de 24 horas. Los permisos por enfermedad serán justificados y abalizados por el IESS.

Art. 45. Justificación de faltas solo en casos de enfermedad, calamidad doméstica o de fuerza mayor o casos fortuitos debidamente justificadas.

Art. 46. Protección a la mujer embarazo e incapacidad para trabajar por enfermedad debida al embarazo o al parto Art. 153 y 154 Código del Trabajo.

Art. 47. En caso de calamidad doméstica debidamente comprobada será un permiso con sueldo por tres jornadas de trabajo.

Los permisos de más de media jornada de trabajo, serán deducidos de las vacaciones del trabajador.

Art. 48. El abandono de trabajo por más de tres días consecutivos en un mes sin causa justa debidamente comprobada, constituirá falta grave y será sancionada de acuerdo a lo estipulado en el Código del Trabajo y dará lugar a la terminación de su relación laboral.

Art. 49. La ausencia por enfermedad deberá ser justificada mediante certificado médico en el plazo máximo de 72 horas. Después de vencido el plazo de permiso no se reintegra, sin causa justificada se sujetará a las sanciones disciplinarias

Art. 50. Se entenderá por calamidad doméstica:

- a.-** La muerte de parientes comprendidos dentro del segundo grado de consanguinidad y segundo de afinidad.
- b.-** Accidentes o enfermedades graves que requieran hospitalización de los parientes comprendidos dentro del segundo grado de consanguinidad y segundo de afinidad.
- c.-** Todo hecho que requiera la presencia urgente y necesaria del trabajador en su domicilio a fin de evitar un desastre.
- d.-** Enfermedades graves del cónyuge, conviviente o hijos.

SECCIÓN SÉPTIMA

VACACIONES ANUALES

Art. 51. A partir del primer año cumplido de trabajo en la institución, el trabajador tiene derecho a gozar de quince días ininterrumpidos de vacaciones anuales pagadas.

Los trabajadores que hubieren prestado servicios por más de cinco años en la misma institución o al mismo empleador, tendrán derecho a gozar adicionalmente de un día de vacaciones por cada uno de los años excedentes o recibirán en dinero la remuneración correspondiente a los días excedentes.

Los días de vacaciones adicionales por antigüedad no excederán de quince días, salvo que las partes, mediante contrato individual o colectivo, convinieren en ampliar tal beneficio.

Facultad del empleador. La elección entre los días adicionales por antigüedad o el pago en dinero, corresponderá al empleador.

Art. 52. Vacaciones anuales irrenunciables, constituyen un derecho irrenunciable que no puede ser compensado con su valor en dinero. Ningún contrato de trabajo podrá

terminar sin que el trabajador con derecho a vacaciones las haya gozado, salvo lo dispuesto en el artículo 74 del Código del Trabajo.

El trabajador podrá no hacer uso de las vacaciones hasta por tres años consecutivos, a fin de acumularlas y gozarlas en el cuarto año.

SECCIÓN OCTAVA

SANCIONES Y TERMINACIÓN DE LA RELACIÓN LABORAL

Art. 53. Las sanciones se aplicarán según lo determine este Reglamento, respetando un debido proceso legal y las leyes consagradas constitucionalmente que tengan plena vigencia.

Art. 54. Según la gravedad de la falta cometida por el trabajador, se aplicará una de las sanciones aquí detalladas; la inobservancia de las prohibiciones y el incumplimiento de las obligaciones previstas en el presente reglamento se considerará como faltas sancionadas de acuerdo a su gravedad y/ o al perjuicio que hubiera ocasionado a la institución en caso de haberlo hecho.

a. Amonestación verbal: la realizará el Jefe inmediato y comunicará al Gerente de la empresa para que conste en la Hoja de Vida del Trabajador.

b. Amonestación escrita: la realizará el Jefe de la empresa y se comunicará al servidor mediante Oficio que será entregado en su puesto de trabajo.

c. Se dejará constancia escrita de la notificación al trabajador.

d. Multa de hasta el 10% de la remuneración diaria que percibe el trabajador: será impuesta por el Jefe da empresa previa comprobación de los hechos que la motiven. La resolución será dictada previa audiencia que se señalará con por lo menos veinte y cuatro horas de anticipación y en la que el servidor ofrecerá las pruebas de descargo. De no concurrir a la audiencia el trabajador se le impondrá la sanción en rebeldía.

e. Terminación del contrato de trabajo previo Visto Bueno.

La aplicación de las sanciones antes enunciadas siempre que se verifique las transgresiones de las disposiciones del reglamento, obedecerá al más alto criterio de justicia, tolerancia y equidad, salvaguardando el respeto jerárquico y la disciplina interna de la empresa.

El gerente de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.” puede imponer cualquiera de las tres primeras sanciones establecidas en este reglamento, previa notificación escrita al trabajador.

Art. 55. La Junta General de socios es la única persona para dar por terminada la relación laboral con cualquier trabajador.

La institución podrá solicitar el Visto Bueno para dar por terminadas las relaciones laborales con el trabajador que hubiere incurrido en las disposiciones de Art. 172 del Código del Trabajo.

Art. 56. En caso de renuncia voluntaria, el trabajador no podrá abandonar su puesto de trabajo hasta que no haya sido aceptada su renuncia por la máxima autoridad.

Art. 57. Para denuncias sobre el incumplimiento y faltas de los trabajadores, si estas son presentadas verbalmente deberán ser reducidas a escritos quien investigará la veracidad de las mismas en reserva y para la protección de los derechos del funcionario o servidor. Toda persona que denuncie deberá consignar sus nombres y apellidos completos, su número de cédula de ciudadanía, su dirección domiciliaria y su firma y rúbrica.

Sólo cuando se haya demostrado jurídicamente la culpabilidad del Trabajador, se anexará a su hoja de vida el expediente.

SECCIÓN NOVENA

DERECHOS, DEBERES Y PROHIBICIONES DE LOS EMPLEADOS Y TRABAJADORES

Art. 58. Los trabajadores de la empresa gozan entre otros los siguientes **derechos:**

- a.** A percibir una remuneración mensual acorde a las funciones que desempeñan y los plazos establecidos;
- b.** Obtener beneficios que otorgue la empresa, por eficiencia y desempeño, siempre que tenga más de un año de servicio de la misma;
- c.** Al descanso semanal remunerado;
- d.** Hacer uso de vacaciones anuales remuneradas, de acuerdo al calendario anual de vacaciones, que previamente determine la Gerencia conforme a las normas legales vigentes;
- e.** Percibir la participación anual de utilidades conforme a ley;
- f.** A ser uso de licencias o permisos por causas justificadas debida y legalmente documentadas;
- g.** A la capacitación actualizada y perfeccionamiento de conocimientos;
- h.** A ser evaluado periódicamente sobre su rendimiento laboral y ser considerado para ocupar cargos de mayor jerarquía, de ser el caso;
- i.** Contar con el seguro de vida que prescribe la ley.
- j.** Ser inscrito en la seguridad social (IESS);
- k.** Gozar de estabilidad en el desempeño de su cargo, a menos que incurra en las causales de destitución establecidas de en Código del Trabajo y demás disposiciones legales y administrativas vigentes;
- l.** Asociarse con fines culturales, deportivos, asistenciales, cooperativos o cualquier otro fin lícito;
- m.** A ser considerado para ocupar cargos de mayor jerarquía, cuando existiere la vacante, teniendo en cuenta su rendimiento, estudios y experiencia;
- n.** A utilizar los canales de comunicación regulares para la formulación de sugerencias, observaciones y reclamos;

- o.** A que le sean proporcionadas las condiciones de trabajo adecuadas para el desempeño de sus funciones;
- p.** A la reserva que deberá mantenerse sobre sus registros y asuntos personales, que sean de conocimiento de la institución;
- q.** A la compensación por tiempo de servicios; y,
- r.** Los demás beneficios que de común acuerdo o por disposición administrativa de la empresa sean otorgados, o aquellos que por ley se establezcan.

Art. 59. Los empleados y trabajadores de la empresa, además de las **obligaciones** que establecen las leyes vigentes, deben sujetarse a lo siguiente:

- a.** Cumplir y hacer cumplir las disposiciones previstas en los estatutos de la empresa y los contenidos en el presente Reglamento;
- b.** Guardar un comportamiento acorde con las normas de cortesía y mantener lealtad y respeto a sus superiores, compañeras, compañeros de trabajo y público en general;
- c.** Mantener dignidad y decoro en el desempeño de su puesto de tal manera que no afecte al orden, a la moral y no menoscabe el prestigio de la empresa;
- d.** Ejercer con eficiencia y eficacia las funciones que les sean encomendadas;
- e.** Abstenerse de ejecutar labores particulares o ajenas a su actividad, durante la jornada diaria de trabajo;
- f.** Cumplir puntualmente con el horario de trabajo establecido por el gerente de la empresa de acuerdo al contrato de trabajo firmado entre las partes;
- g.** Guardar en todo momento absoluta discreción y reserva sobre las actividades, documentos, procesos y demás información, que por la naturaleza de sus funciones desarrolle la empresa;
- h.** Reintegrar a la empresa, el valor de los bienes que estando bajo su responsabilidad y que se perdieran o deterioraren por descuido o negligencia debidamente comprobada;

- i.** Conservar en buen estado el equipo de oficina, herramientas, máquinas y demás bienes de la empresa;
- j.** Proponer a través de los órganos jerárquicos superiores iniciativas que contribuyan al mejoramiento de la eficiencia y productividad institucional;
- k.** Proporcionar oportunamente la documentación y/o información que se solicite para su archivo personal.
- l.** Permitir la revisión de sus efectos personales o paquetes cada vez que sean exigidos, al ingresar o salir de la empresa;
- m.** Comunicar expresamente a la Administración todo cambio domiciliario y un número telefónico al que sea fácil su contacto en caso de ser requerido;
- n.** Acudir al lugar de trabajo correctamente vestido o uniformado de ser el caso portando en un lugar visible la carnet institucional;
- o.** Cumplir con las comisiones de servicio que se le encomienden;
- p.** Cumplir con las disposiciones internas en materia de seguridad e higiene ocupacional que imparta la Administración;
- q.** Dedicarse exclusivamente a cumplir sus funciones no debiendo intervenir en las que competen a otros trabajadores, salvo el requerimiento del jefe jerárquico inmediato o el Jefe de la empresa en casos de emergencia en los que sea requerido su contingente para la solución inmediata de un problema suscitado en las instalaciones de la empresa;
- r.** Permanecer en su sitio de trabajo dentro del horario establecido, de acuerdo con las normas de asistencia, permanencia y puntualidad; y,
- s.** Las demás establecidas en las leyes vigentes.

Art. 60. Los empleados y trabajadores de “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”, están prohibidos de realizar las siguientes acciones:

- a.** Abandonar injustificadamente el trabajo;

- b.** Retardar o negar la prestación de servicios de responsabilidad de su puesto;
- c.** Ejercer actividades político partidistas en la jornada de trabajo;
- d.** Usar la autoridad del puesto para coartar la libertad de sufragio a sus subordinados;
- e.** Resolver asuntos en que sea personalmente interesado su cónyuge o parientes, hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad;
- f.** Intervenir directamente o por interpuesta persona en la suscripción de contratos, obtención de concesiones o cualquier beneficio, en el que el trabajador sea interesado o interesada;
- g.** Obstaculizar el buen funcionamiento de la empresa;
- h.** Realizar hechos inmorales o ilegales de cualquier naturaleza en el ejercicio de sus funciones;
- i.** Frecuentar salas de juego o de azar, especialmente si fueren depositarios de valores, bienes o fondos de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”; y,
- j.** Las demás establecidas en leyes y reglamentos vigentes.

CAPÍTULO IV CAPACITACIÓN

SECCIÓN PRIMERA

OBJETIVO

Art. 61. El objetivo de este reglamento es regular la capacitación y el desarrollo integral de todo el personal de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”, para el óptimo desarrollo de sus funciones así como el mejoramiento del manejo empresarial.

Art. 62. La capacitación estará dirigida a todos los trabajadores de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”, y deberá ser otorgada en consideración a la actualización del área.

La capacitación deberá equilibrar tres aspectos fundamentales que son:

- La educación,
- La actualización de conocimientos y

- El entrenamiento.

SECCIÓN SEGUNDA

PROCESO OPERATIVO DE CAPACITACIÓN

Art. 63. Para estructurar los Planes y Programas de Capacitación, deberá cumplirse con el proceso operativo de capacitación, el mismo que implica las siguientes fases:

- a.** Detección y análisis de las necesidades de Capacitación
- b.** Orientación de la Capacitación: Elaboración de Planes y Programas de Capacitación
Ejecución y Desarrollo de los Planes de Capacitación
- c.** Evaluación de los resultados de los Programas de Capacitación y su respectivo Seguimiento

Art. 64. La determinación de las necesidades de capacitación permitirá conocer las necesidades existentes en la empresa, a fin de establecer las acciones y programas necesarios a ejecutarse.

Art. 65. Para la identificación de estas necesidades se tomará en consideración tanto los conocimientos y habilidades del personal así como todos los temas y demás conocimientos que una persona deba tener, adquirir, reafirmar y actualizar para desempeñar satisfactoriamente las tareas o funciones a su cargo.

Art. 66. La determinación de las necesidades de capacitación será responsabilidad del Gerente de la empresa y jefes departamentales, quienes elaborarán anualmente el diagnóstico de las necesidades de capacitación de cada departamento. El Gerente de la empresa establecerá el mecanismo para el levantamiento y manejo de esta información así como realizar cronograma de actividades.

CAPÍTULO V

RÉGIMEN DISCIPLINARIO Y DE CESACIÓN DE LABORES

Art. 67. El personal de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.” que no cumpliera correcta y efectivamente sus funciones y responsabilidades o contraviniera a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, será sancionada de acuerdo a lo prescrito en el Código del Trabajo y este Reglamento, sin perjuicio de la responsabilidad civil o penal que pudiere originar el mismo hecho.

Art. 68. Las sanciones al personal, se aplicarán en función a la gravedad y reincidencia de las faltas, de acuerdo a lo siguiente:

- a. Amonestación verbal.
- b. Amonestación escrita.
- c. Multas.
- d. Suspensión temporal sin goce de remuneración.
- e. Visto Bueno.

Amonestación Verbal, se aplicará cuando la falta cometida no afecte al buen desenvolvimiento de la Unidad Administrativa donde preste sus servicios y no repercuta dentro de la empresa. Esta sanción se aplicará en los siguientes casos:

- a.** No registrar su asistencia diaria de acuerdo al horario establecido en la empresa.
- b.** Extenderse en la utilización del teléfono en asuntos particulares.
- c.** Acumular cinco atrasos durante el mes injustificadamente.
- d.** Descuidarse en el cumplimiento de sus labores y obligaciones de trabajo o en el cuidado de los bienes de la empresa confiados a su guardo, administración o utilización.
- e.** No utilizar el uniforme o utilizar inadecuadamente el uniforme dotado por la empresa.

Amonestación escrita se impondrá cuando la falta cometida por el trabajador incida en el buen desenvolvimiento de la unidad administrativa en la que labora.

Esta sanción se aplicará en los siguientes casos:

- a.** Reincidencias en las faltas anteriores.
- b.** Concurrir a la oficina o trabajo en manifiesto estado de embriaguez o bajo la acción de sustancias estupefaciente o psicotrópicas.
- c.** Abandonar las labores sin causa justificada ni autorización de su jefe inmediato o de quien lo reemplace o subrogue
- d.** Ingerir licor o usar sustancias estupefacientes o psicotrópicas en los lugares de trabajo.
- e.** Hacer propaganda política, electoral o de otra índole en las instalaciones da empresa.
- f.** Actuar en forma descortés o negligente en sus relaciones con los demás trabajadores de “IMBAMORINGA CIA. LTDA.” o con el público.

Multas o sanciones pecuniarias serán impuestas cuando la falta cometida produzca retrasos en la ejecución de las labores o distorsione la imagen de la empresa ante otras instituciones o ante el público en general.

Las multas se impondrán de acuerdo a la gravedad de la falta cometida por el trabajador, la misma que no podrá ser menor al equivalente a un día de remuneración ni mayor al 10 % de la remuneración mensual, y, se determinarán en los siguientes casos:

- a.** Reincidencia en las faltas contempladas en los artículos de este Reglamento.
- b.** Por no registrar la entrada o salida el trabajador de la empresa.
- c.** En atrasos o faltas injustificadas, se estará a lo dispuesto en los artículos de este Reglamento.
- d.** Por provocar altercados, sin faltar de obra a sus superiores, subalternos o compañeros en el lugar de trabajo.
- e.** Por no acatar órdenes y disposiciones legítimas, emanadas de sus superiores jerárquicos, un día de remuneraciones.

f. Al ser reincidente en el uso inadecuado del uniforme se sancionará con un día de remuneración por cada día que no asista uniformado(a) y no exista justificación alguna, de acuerdo a los artículos prescritos en este Reglamento.

CAPÍTULO VI RÉGIMEN DE ASISTENCIA

Art. 69.- La duración de la jornada de trabajo será de ocho horas diarias durante cinco días a la semana de lunes a viernes acorde al horario dispuesto por la máxima autoridad.

Art. 70.- Control de Asistencia.- Corresponde al Gerente verificar el cumplimiento del horario de trabajo, debiendo los trabajadores registrar la hora de entrada y salida.

Art. 71.- Prohibición Expresa.- Se prohíbe expresamente que un trabajador o trabajadora no registre la entrada y salida de las instalaciones de la empresa sin existir justificación alguna. De producirse tal hecho será considerado como grave falta disciplinaria, que será sancionada acorde con este Reglamento.

Art. 72.- Período de Gracia.- Para computar los atrasos se tomará como hora referencial cinco minutos después de la hora fijada para él o los períodos de entrada.

Art. 73.- Sanción por Atrasos.- Serán sancionados de acuerdo a lo estipulado en este Reglamento, los mismos que serán contabilizados en forma mensual para su sanción pertinente y de ser reincidente se procederá de acuerdo a lo estipulado en este Reglamento.

Art. 74.- Sanciones por Faltas Injustificadas.- Cuando el trabajador se ausentare injustificadamente de su puesto de trabajo, será sancionado de acuerdo con las disposiciones de este Reglamento y a las establecidas en el Código del Trabajo.

Art.- 75.- Permisos de Salida.- La ausencia por motivos justificados deberá ser tramitada a través del formulario respectivo, en el que constarán las horas y minutos de salida y retorno

del trabajador o trabajadora. Este permiso será autorizado por el jefe inmediato, quien remitirá diariamente el formulario a la Secretaría

CAPÍTULO VII DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- El presente Reglamento Interno de Administración de Recursos Humanos entrará en vigencia una vez que tenga la aprobación de la Dirección Regional del Trabajo y de la Junta general de Socios de la empresa.

SEGUNDA.- Las relaciones laborales entre “IMBAMORINGA CIA. LTDA.” y los trabajadores, en todo lo que no se encuentre previsto en el presente Reglamento se regirá a las disposiciones del Código del Trabajo, Ley de Justicia Laboral y a las demás normas establecidas para el efecto.

TERCERA.- Este Reglamento Interno podrá ser modificado cuando así lo exija el desarrollo institucional y/o las disposiciones legales vigentes que le sean aplicables; todas sus modificaciones serán puestas a conocimiento y aprobación de la Dirección Regional del Trabajo y de la Junta General de Socios de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”

CUARTA.- Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales, serán aplicables en casos específicos a las que a ellas se refieran.

QUINTA.- Las disposiciones establecidas en el presente Reglamento, es de estricto cumplimiento y observación para todos los trabajadores que realizan sus actividades, mediante relación de dependencia con “IMBAMORINGA CIA. LTDA.” Y que se encuentren estipulados en el Código del Trabajo.

SEXTA.- La administración del recurso humano de la empresa es función de la Gerencia General y la ejercerá con sujeción a las disposiciones contenidas en el presente Reglamento y a las Leyes laborales vigentes.

SEPTIMA.- Los casos no contemplados en el presente Reglamento, se regirán por las disposiciones que en cada caso dicte la Junta General de Socios en el ejercicio del derecho que establecen las leyes y normas laborales vigentes.

ANEXO N° 3

PROPUESTA DE CÓDIGO DE ÉTICA PROPUESTO PARA LA EMPRESA

“IMBAMORINGA CIA. LTDA.”

I. Objetivo

Implantar un conjunto de normas, valores, principios éticos y morales sobre el cual debe actuar todo el personal involucrado en la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”, dando a conocer con ello el comportamiento y conducta que se espera de cada miembro de la institución.

II. Propósito

Tiene como finalidad informar a todo el personal de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”, los valores y principios sobre los cuales se rige la compañía en cada uno de sus actividades a desempeñar, creando una cultura organizacional donde predominé la honestidad, integridad y el trabajo en equipo y el cuidado de la imagen empresarial.

CAPÍTULO I

ÁMBITO DE APLICACIÓN

Art. 1.- El presente Código contiene principios de actuación en los cuales los directivos, basarán su conducta y Ética Empresarial. Su aplicación es estricta y obligatoria para todos los empleados de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”, independientemente de su condición jerárquica dentro de la empresa o su condición de contratación.

Art. 2.- Es responsabilidad de cada uno de los empleados cumplir, hacer cumplir y promover el Código, así como reportar cualquier violación a éste la conducta no ética o en contra de los principios de la institución.

CAPÍTULO II

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 3.- El presente código es una herramienta administrativa que ayuda a evaluar el compromiso personal y profesional de todos los empleados y directivos así como también el compromiso con sus funciones en el cumplimiento de los objetivos y metas.

Art. 4.- Los valores que se describen a continuación se muestran de manera enunciativa más no limitativa, los principios de comportamiento en los cuales debe basar el personal.

Art. 5.- Todo el personal es el encargado de cumplir y hacer cumplir las disposiciones prescritas en este código.

CAPÍTULO III

PRINCIPIOS Y VALORES

Art. 6.- Todo el personal de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”, actuará bajo los principios y valores fundamentales del presente Código de Ética en el desempeño de sus funciones y responsabilidades.

Art. 7.- HONRADEZ Y RESPONSABILIDAD. Todo el personal de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.” debe actuar de forma correcta apegado al presente Código de Ética y las Leyes del país; y cumplir con el trabajo que le sea encomendado con responsabilidad y profesionalismo; actuando siempre de forma justa y responsable.

Art. 8.- TRATO JUSTO, IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y DISCRIMINACIÓN.

Reconocer la dignidad de las personas, respetar su libertad y su privacidad; Respetar y valorar las identidades y diferencias de los empleados; Acatar las leyes y políticas de la empresa aplicables a reclutamiento, promoción y compensación de la gente en las bases de demostrar habilidad, experiencia y entrenamiento. Se prohíben actos de hostigamiento y discriminación basados en la raza, credo, sexo, edad, capacidades diferentes, orientación sexual, étnica, género, nacionalidad, o cualquier otra razón.

Art. 9.- ACOSO. No se permite el acoso de ningún tipo sean estos verbal, físico, visual, sexual.

Si es víctima de acoso por un cliente, proveedor, compañero, jefe u otra persona que guarda relación con la empresa, se deberá notificar inmediatamente al gerente.

Art. 10.- ALCOHOL Y DROGAS. Es totalmente inadmisibles para todos los empleados y directivos el ser adictos y/o consumir, vender o comercializar cualquier tipo de drogas, bebidas alcohólicas y trabajar bajo estas circunstancias.

Art. 11.- SALUD. La empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.” debe proveer, mantener y promover lugares de trabajo saludables, manteniendo la higiene en la empresa y en los lugares de trabajo.

Art. 12.- SEGURIDAD.- La empresa mantendrá lugares de trabajo seguros, además queda prohibida la violencia, las amenazas y las peleas dentro de cualquiera de las instalaciones del mercado. También se prohíbe el ingreso de personas ajenas que no tengan autorización de ingresar.

Art. 13.- CLIMA LABORAL. La empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.” mantendrá un ambiente de trabajo agradable, sin comportamientos agresivos u hostiles.

CAPÍTULO IV RECURSOS Y SISTEMAS

Art. 14.- RECURSOS. Es responsabilidad de los empleados cuidar y proteger los activos, software, información y herramientas, tangibles e intangibles, para evitar el daño, sustracción o mal uso de ellos.

Art. 15.- SISTEMAS. Los sistemas de teléfono, correo electrónico, correo de voz y cómputo de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.” es para fines laborales, por lo que todo uso indebido será motivo de la sanción aplicable.

Art. 16.- PROGRAMAS INFORMÁTICOS. No se puede descargar en las computadoras programas o sistemas ilegales o sin licencia.

Art. 17.- CORREO ELECTRÓNICO. Todas las comunicaciones por correo electrónico son propiedad de la empresa y deben ser utilizadas para fines de trabajo, sin dañar la imagen de la compañía. El correo electrónico debe ser usado con discreción al enviar información confidencial. Si alguna información es delicada para un memorando, de igual manera lo será de forma electrónica.

Art. 18.- INTERNET. El acceso a Internet debe ser utilizado para propósitos únicos y exclusivos de trabajo.

Art. 19.- ACCESOS. Las contraseñas de acceso a los sistemas y equipos son confidenciales y personales, por lo que bajo ninguna circunstancia deben compartirse con otras personas, aún en el caso de que la persona que solicita la contraseña tenga un alto cargo en la empresa.

CAPÍTULO V

REGISTROS DE INFORMES

Art. 20.- ALTERACIÓN. Está prohibido distorsionar los registros y/o la información contable, o bien falsear las operaciones, ya sea para simular el cumplimiento de metas u objetivos, o para obtener algún beneficio personal.

Art. 21.- USUARIOS. Toda la información generada en los registros financieros es confidencial y sólo se puede entregar a los usuarios debidamente autorizados.

Art. 22.- EXPOSICIÓN. Los empleados que realicen actividades como catedráticos, expositores o alumnos, deberán de abstenerse de utilizar material e información confidencial del mercado mayorista, permitiéndose solamente el uso de información pública.

CAPÍTULO VI

USO DE INFORMACIÓN

Art. 23.- INFORMACIÓN. Todo el personal da empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.” debe cuidar la información confidencial y reservada de la compañía, de sus clientes y proveedores, absteniéndose en todo momento de publicarla, obtener beneficios personales, ni tampoco deberán comentar información del mercado con terceros.

Art. 24.- USO. La información que posea un empleado o funcionario deberá ser usada única y exclusivamente con el propósito para el que fue recopilada. Su divulgación indebida será considerada como una falta grave.

CAPÍTULO VII

CONDUCTA ÉTICA CON PROVEEDORES

Art. 25.- CONFIDENCIALIDAD. El personal de la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.” que posea información de proveedores, queda estrictamente prohibido dar a conocer información de los mismos a terceros.

Art. 26.- CONTRATACIÓN. Se deben elegir a proveedores que compartan los valores éticos que sostiene la empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.” y que posean una sólida reputación de equidad e integridad en sus tratos comerciales.

Art. 27.- RELACIÓN. Deben ofrecer y exigir a los proveedores un trato equitativo y honesto en cada transacción.

Art. 28.- SERVICIO. Los empleados que atienden a clientes deben ofrecerles un trato equitativo y honesto en cada transacción, proporcionando los productos y servicios que les competen con la mayor calidad y oportunidad a su alcance, apegándose en todo momento a la regulación oficial y a la normatividad interna da empresa “IMBAMORINGA CIA. LTDA.”. Se debe prestar una atención suficiente al usuario antes y después del uso de las instalaciones.

Art. 29.- GRATIFICACIONES. Los empleados deben abstenerse de aceptar regalos, condiciones ventajosas, salarios, viajes, comisiones o cualquier otra forma de compensación

por parte de clientes, proveedores, instituciones financieras, concesionarios, contratistas, empresas o personas con quienes se realizan operaciones.

CAPÍTULO VIII

CONDUCTA ÉTICA EN LA SOCIEDAD

Art. 30.- PUBLICIDAD. La comunicación a través de publicidad, deberá ser Legal, decente, honesta, verdadera y conforme a principios de competencia justa y de buena práctica de negocios. Preparada con un debido sentido de responsabilidad social y basada en principios de honradez y buena fe, de acuerdo a una política de imagen corporativa definida.

Art. 31.- NEUTRALIDAD POLÍTICA. Los trabajadores, deberán respetar y evitar el emitir juicio sobre sus compañeros con distinta ideología en asuntos de política; Se debe promover y apoyar a que todos los miembros del mercado mayorista cumplan con sus deberes de ciudadanos y ejerzan el derecho al voto.

ANEXO N° 4

TASA DE INTERES BANCARIO

CIRCULAR DE TASAS DE INTERES

GF-001-2017

Para el periodo de:

Enero 2017

TASAS ACTIVAS PARA BANECUADOR B.P.

Enero 2017

TIPO DE CREDITO	TASA NOMINAL BANECUADOR B.P.	TASA EFECTIVA BANECUADOR B.P.
CREDITOS PRODUCTIVOS		
Fondos de Desarrollo	9.76%	10.21%
Operaciones Mayores a USD 200.000	9.76%	10.21%
Productivo PYMES	9.76%	10.21%
CREDITOS COMERCIALES		
Fondos de Desarrollo	9.76%	10.21%
Operaciones Mayores a USD 200.000	9.76%	10.21%
Comercial Prioritario Empresarial		
Fondos de Desarrollo	9.76%	10.21%
Operaciones Mayores a USD 200.000	9.76%	10.21%
Comercial Prioritario PYMES	9.76%	10.21%
CREDITOS DE CONSUMO		
Consumo Prioritario	15.20%	16.30%
MICROCREDITOS		
Microcrédito Minorista		
Crédito de Desarrollo Humano CDH	5.00%	5.12%
Microcrédito Comercio y Servicio	15.00%	16.08%
Microcrédito de Producción	11.00%	11.57%
Microcrédito de Acumulación Simple		
Microcrédito Comercio y Servicio	15.00%	16.08%
Microcrédito de Producción	11.00%	11.57%
Créditos Setedis	9.62%	10.06%
Microcrédito Sector Turismo	9.76%	10.21%
Microcrédito de Acumulación Ampliada		
Microcrédito Comercio y Servicio	15.00%	16.08%
Microcrédito de Producción	11.00%	11.57%
Créditos Setedis	9.62%	10.06%
Microcrédito Sector Turismo	9.76%	10.21%
REESTRUCTURACIONES		
Reestructuraciones Comerciales	11.83%	12.49%
Reestructuraciones Consumo	15.20%	16.30%
Reestructuraciones Producción	11.83%	12.49%
Reestructuraciones Comercio y Servicio	17.25%	18.68%

FECHA

TASAS DE INTERES ACTIVAS EFECTIVAS BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTES PARA

Enero 2017

TASAS REFERENCIALES	% ANUAL	TASAS MAXIMAS	% ANUAL
TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL		TASA ACTIVA EFECTIVA MAXIMA	
PARA EL SEGMENTO		PARA EL SEGMENTO	
Productivo Corporativo	8.39	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	10.06	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.57	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	9.00	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.02	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.68	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.32	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.72	Consumo Ordinario *	17.30
Consumo Prioritario	16.70	Consumo Prioritario **	17.30
Educativo	9.50	Educativo **	9.50
Inmobiliario	10.90	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.97	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.41	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	25.06	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.58	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.19	Inversión Pública	9.33

OTRAS TASAS REFERENCIALES BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Tasa Pasiva Referencial	5.08
Tasa Activa Referencial	8.02
Tasa Legal	8.02
Tasa Máxima Convencional	9.33

Nota: El Reajuste durante el periodo de crédito, será de acuerdo a la Normativa de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera

TASAS PASIVAS

PARA PERSONAS NATURALES Y EMPRESAS PRIVADAS

CERTIFICADOS DE INVERSION

MONTO	31-60	61-90	91-120	121-150	151-180	181-360	Más de 360
500.00	3.50%	4.40%	4.80%	5.10%	5.25%	5.50%	5.75%
2,001.00	3.65%	4.50%	5.00%	5.25%	5.40%	5.70%	6.00%
10,001.00	3.85%	4.70%	5.20%	5.50%	5.65%	5.85%	6.10%
20,001.00	4.05%	4.85%	5.40%	5.70%	5.85%	6.00%	6.25%
40,001.00	4.25%	4.95%	5.60%	5.85%	6.00%	6.10%	6.50%
100,001.00	4.25%	5.00%	5.80%	6.00%	6.15%	6.25%	6.50%
En adelante	4.25%	5.00%	5.80%	6.00%	6.15%	6.25%	6.50%

DEPOSITOS MONETARIOS (Ctas Corrientes)

DE	HASTA	TASA
-	5,000.00	0.00%
5,001.00	10,000.00	0.20%
10,001.00	50,000.00	0.30%
50,001.00	En adelante	0.75%

DEPOSITOS DE AHORROS (Ctas Ahorro)

DE	HASTA	TASA
-	500.00	0.75%
501.00	1,000.00	1.25%
1,001.00	2,000.00	1.50%
2,001.00	5,000.00	1.75%
5,001.00	En adelante	2.00%

Avalos Bancarios

4.00%

Cartas de Garantía

4.00%

Nota: El monto mínimo para aperturar un DPF es de USD 500 para personas naturales y de USD 2,000 para personas jurídicas, conforme lo establecido en el Reglamento de Captaciones, aprobado con Res. D-2018-018 del Directorio de BANECUADOR B.P.

Ing. Eduardo López

GERENTE FINANCIERO

Elaborado Por: Jenny Carrera S.

ANALISTA DE TESORERIA

Revisado Por: Gabriela Zabala Z.

SUBGERENTE DE TESORERIA

ANEXO N° 5

PROFORMAS DE ADQUISICIONES


WORLD COMPUTERS
 Su inversión inteligente

 Razón Social para Emisión de Retención: Norma Yolanda Córdova Paladines
CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resolución N° 466
RUC 0701084121001
PROFORMA
0125508

NOMBRE: VIVIANA GARZON

RUC:

CONTACTO:

FECHA:

1/10/2017

TELÉFONO: 959899691

ASESOR:

DIANA CRIOLLO

DIRECCIÓN: IBARRA

TELÉFONO

0958870127

REFERENCIA: IBARRA

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO UNITARIO	TOTAL
3	Not. HP 15-AY016LA Ci7/4GB/1TB 15.6"/Win10H Blanca	921.06	2763.18
2	Multifuncion Epson L575 Sistema Continuo WIFI	432.71	865.43
1	Sumadora CASIO FR-2650T	66.25	66.25
2	Telefono Fax Panasonic Kx - Ft 987	258.00	516.00
		SUBTOTAL	4210.86
		IVA 14%	589.52
		TOTAL	4800.38

TIEMPO DE ENTREGA: 3 DIAS LABORABLES
FORMA DE PAGO: CONTADO
LA GARANTÍA Y CONFIANZA ES LO MÁS IMPORTANTE... 26 AÑOS

ACEPTAMOS TODAS LAS TARJETAS DE CRÉDITO

VISA

IBARRA: Pedro Moncayo 3 - 53 y Rocafuerte

TELÉFONOS: 2608 - 010 / 2643 - 036 / 2640 - 444

OTAVALO: Av. Quito entre Sucre y Modesto Jaramillo

TELÉFONOS: 2928 - 333 / 2925 - 743

Estanterías metálicas



Mesas de trabajo



Extintor polvo seco químico



Sellador De Fundas



MUEBLES Y ENSERES

Estación de trabajo



Silla tipo gerente



Silla de espera



Cajonera Metálica



HERRAMIENTAS Y PRENDAS DE PROTECCIÓN

Overoles industriales



Botas de caucho punta de acero



Guantes de trabajo



Gorra de protección cuello



Machete



Manguera de agua



MATERIA PRIMA INDIRECTA

Fertilizante orgánico



Fundas



ANEXO N° 6

VALORIZACIÓN DEL TERRENO

The screenshot displays the Plusvalia website interface. The top navigation bar includes the Plusvalia logo, a search bar, and links for 'REGISTRARME' and 'INGRESAR'. Below the navigation bar, there are banners for 'JEP Cooperativa Ahorro y Crédito' and 'Financiamos 100%'. The main content area is titled '32 Terrenos en venta en Cotacachi' and features a sidebar with filters. The filters include 'VENTA', 'ALQUILER', and 'PROYECTOS', with 'VENTA' selected. The sidebar also shows 'FILTROS APLICADOS' with 'Venta' and 'Terreno / Lote' selected, and 'FILTROS' with 'Zona' set to 'Centro de Cotacachi' and 'Norte de Cotacachi'. The main listing area shows three properties: 'Venta de Finca - Cotacachi' for \$120,000, 'La Vista Urban Residential Development' for \$120,000, and 'Barrio La Banda - Centro de Cotacachi, Cotacachi' for \$25,000. A red circle highlights the listing 'De Venta Propiedad Productiva en Intag' for \$100,000, which is described as a productive property in the Intag zone, north of Cotacachi, consisting of 10 hectares of land with a sugar cane plantation and other crops. The bottom of the page shows social media links and a copyright notice for 2017.

El valor de 10 hectáreas es de \$100.000 lo queda como resultado que el valor de una hectárea de terreno es de \$10.000.

ANEXO N° 7

MATERIA PRIMA DIRECTA – PLÁNTULAS DE MORINGA

ECUAMORINGA ...Sosteniendo la vida...

ECUAMORINGA, MUNDO Y LUGAR EN INFLUENCIA DEL SUELO. ... IMPLEMENTACIÓN DE CULTIVOS DE ALTA DENSIDAD Y BOSQUES DE MORINGA EN ECUADOR. ADEMÁS, SOMOS PRODUCTORES DE MATERIA PRIMA EN FOCIONADA COMO PORO DE HOJA, HOJAS DESHIDRATADAS, EXTRACTO, SEMILLAS, PLÁNTULAS, ACEITE Y CÁPSULAS MORINGA MICRONIZADAS. PRODUCTOS 100% PUROS CON MANEJO ORGÁNICO.

Última actualización: 24/07/2017

GRUPO "POLLOCK DE FLORIDA USA Y SITA UNA SEMBRAR LAS INSTALACIONES DE "INTEGRACIÓN ECUAMORINGA"

Venidos de "Integración Ecuamoringa" siendo visitados por la Sra. Barbra Pollock de Healthy Box International Inc y Giovanni Polino de Fig Bytes Inc.

EN UNA CENA DE NEGOCIOS LOS EJECUTIVOS DE LA "INTEGRACIÓN ECUAMORINGA" EN FORMA CONJUNTA CON LOS REPRESENTANTES NORTEAMERICANOS, ACORDARON INICIAR ALIANZA DE COMERCIALIZACIÓN DE NUESTROS PRODUCTOS EN MAS DE 2000 PUNTOS DEL MERCADO NORTEAMERICANO.

Plantas de Moringa, en crecimiento

Producción: Operación Sita, para sembrar...

CONTACTO:
 ARIANNE VELAZQUEZ
 0993740574
 091057 SR. JORGE MANTILLA GOMEZ
 COORDINADOR TECNICO DE ECUAMORINGA.
PVP \$ 2,40 POR PLANTULA

NOTICIAS:
 ECUAMORINGA Y SITA
 NOTICIAS DE SITA